



# DISSERTATION

Titel der Dissertation

## Der Kultivierungseffekt von Tageszeitungen.

Eine empirische Untersuchung von zwei kognitiven Prozessmodellen  
am Beispiel der Kronen Zeitung.

Verfasser

Mag. Florian Arendt

angestrebter akademischer Grad

Doktor der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 784/301

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Peter Vitouch







# Danksagung

An erster Stelle gilt mein Dank Univ.-Prof. Dr. Peter Vitouch. Schon während dem Grundstudium hat er mir vermitteln können, welche Fragen der Medienforschung *wirklich* bedeutsam sind (und welche weniger). Ich hatte das Glück bei ihm meine Universitätslaufbahn als Assistent beginnen zu dürfen. In dieser Zeit ließ er mir viel Freiraum um neue Gedanken zu entwickeln, spannende Experimente zu planen und diese auch umzusetzen. Diese Phase war für meine Entwicklung als Wissenschaftler enorm wichtig. Genauso wichtig war es allerdings auch, dass er mir in wichtigen Phasen der Planung und Umsetzung der empirischen Studien immer wieder den Blick schärfte und auf die „richtige Bahn“ lenkte. Dafür danke ich ihm zutiefst!

Ganz besonders hervorheben möchte ich auch die Unterstützung von Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes. Durch seine starke internationale Orientierung, sein fachliches Wissen und seine Kenntnis verschiedenster komplexer Forschungsmethoden habe ich viel von ihm lernen können. Ein Experiment durchzuführen und die Ergebnisse auszuwerten kann intellektuell sehr befriedigend sein; lange, ausführliche Diskussionen über Theorie, Hypothesen, Methode und Ergebnisse mit Personen, von denen man viel lernen kann, sind für die eigene Entwicklung aber vermutlich noch bedeutsamer.

Des Weiteren danke ich meinen KollegInnen vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien für zahlreiche anregende Gespräche, die auch oft über die Fachgrenzen hinweg geführt wurden. Ich denke, dass gerade solche Diskussionen für die Generierung neuer Ideen beflügelnd wirken können.

Eine Dissertation zu schreiben erfordert viel Durchhaltevermögen. Ohne einen „Ausgleich“ im nicht-wissenschaftlichen Privatleben wäre die Fertigstellung eines solchen Projektes wohl mehr als gefährdet. Selbst wenn es keine Hilfe ist, die direkt mit inhaltlichen Fragestellungen zu tun hat, kann dieser Punkt nicht überbewertet werden. Mein größter Dank gilt daher meiner langjährigen Partnerin Christina, der ich ausdrücklich dafür danken möchte „einfach da zu sein“!

Wien, im Herbst 2012



# Inhaltsverzeichnis

<b>0. Abstract</b> (Deutsch, English) .....	15
<b>1. Einleitung</b> .....	21
<b>2. Theorie</b> .....	25
<b>2.1. Kultivierungsforschung</b> .....	29
2.1.1. Klassische Perspektive .....	29
2.1.1.1. Pionierstudie (Gerbner & Gross) .....	29
2.1.1.2. Klassische Kritik .....	34
2.1.1.3. Weiterentwicklung .....	45
2.1.1.3.1. Effektebenen .....	46
2.1.1.3.2. Mainstreaming-Hypothese .....	49
2.1.1.3.3. Resonanz-Hypothese .....	51
2.1.1.3.4. Genrespezifische Effekte .....	53
2.1.1.4. Meta-Analysen .....	55
2.1.2. Kultivierungseffekt von Tageszeitungen .....	60
2.1.2.1. Unterschiede zwischen Tageszeitungen und dem Fernsehen .....	60
2.1.2.2. Empirische Ergebnisse .....	63
2.1.2.3. Moderator-Hypothesen .....	69
2.1.2.3.1. Annahmen der Tageszeitungs- Kultivierungsforschung .....	70
2.1.2.3.2. Ergänzende Überlegungen .....	76
2.1.2.4. Stand des Wissens .....	80

<b>2.2. Modelle des Kultivierungseffektes</b> .....	83
2.2.1. Lernen, Konstruktion und Generalisierung (Hawkins et al., Potter) .....	83
2.2.2. Shrum's heuristisches Prozessmodell .....	87
2.2.3. Weighing and Balancing Modell (Shapiro & Lang) .....	99
2.2.4. Tapper's Modell des Kultivierungseffektes .....	103
2.2.5. Rossmann's Integratives Modell .....	105
2.2.6. Mental Models Approach (Roskos-Ewoldsen et al.) .....	118
2.2.7. Gratification/Cultivation Modell (Bilandzic & Rössler) .....	122
2.2.8. Psychologisches Modell (Price & Tewskbury) .....	125
2.2.9. Perceived Distance (Bilandzic) .....	127
2.2.10. Zwischenfazit .....	133
<b>2.3. Modell für Tageszeitungen</b> .....	137
2.3.1. Vorbemerkung zur Informationsverarbeitung .....	137
2.3.1.1. Tageszeitungen aus der Sicht des Modells .....	143
2.3.2. Modellentwicklung .....	147
2.3.2.1. Cumulative Exposure Effects Model (CEEM) .....	149
2.3.2.2. Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN) .....	175
<b>3. Empirische Überprüfung</b> .....	185
<b>3.1. Überprüfung von CEEM</b> .....	187
3.1.1. <b>Studie 1:</b> Von Priming zu Kultivierung .....	187
3.1.2. <b>Studie 2:</b> Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation .....	211



<b>3.2. Überprüfung von HPMN</b> .....	229
3.2.1. <b>Studie 3:</b> Effekt eines Quellen-Primes vor der Urteilsbildung...	231
3.2.2. <b>Studie 4:</b> Kultivierungseffekt in Abhängigkeit der Urteilsbildung .....	243
<b>4. Diskussion</b> .....	253
<b>4.1. Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse</b> .....	254
<b>4.2. Kritik am empirischen Vorgehen</b> .....	259
<b>4.3. Bedeutung der empirischen Ergebnisse für CEEM, HPMN             und die Kultivierungsforschung</b> .....	264
<b>5. Nachwort zur gesellschaftspolitischen Relevanz</b> .....	269
<b>6. Literatur</b> .....	275
<b>7. Lebenslauf</b> .....	297



# Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b> Cumulative Exposure Effects Model (CEEM) .....	166
<b>Abbildung 2:</b> Zusammenspiel von antagonistischen und erleichternden Exposures .....	168
<b>Abbildung 3:</b> Illustration des unterschiedlich starken Abfalls .....	173
<b>Abbildung 4:</b> Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN) .....	177
<b>Abbildung 5:</b> Negativ beschleunigter Abfall des kurzfristigen Effektes auf die Realitätseinschätzung .....	198
<b>Abbildung 6:</b> Vigilanz moderiert den Treatmenteffekt bei verzögerter Messung .....	202
<b>Abbildung 7:</b> Treatment-Effekt als Funktion der zeitlichen Verzögerung getrennt für LeserInnen und NichtleserInnen .....	206
<b>Abbildung 8:</b> Moderierender Einfluss eines Quellen-Primes in Abhängigkeit der Nutzungshäufigkeit .....	237
<b>Abbildung 9:</b> Effektgröße der Krone-Nutzung als Prozent der erklärten Varianz des Realitätsurteils des Kultivierungseffekts in Abhängigkeit der vier experimentellen Bedingungen aus Studien 3 und 4 .....	250

# Tabellenverzeichnis

<b>Tabelle 1:</b> Kultivierungsstudien mit der Berücksichtigung von Tageszeitungen .....	65
<b>Tabelle 2:</b> Hypothesen über Moderatoreffekte .....	74
<b>Tabelle 3:</b> Hierarchische multiple Regression: Vorhersage des Realitätsurteils durch die Nutzungshäufigkeit der Tageszeitung in Abhängigkeit der experimentellen Bedingung (Kontrollgruppe, Quellen-Prime Gruppe) .....	236
<b>Tabelle 4:</b> Hierarchische multiple Regression: Vorhersage des Realitätsurteils durch die Nutzungshäufigkeit der Tageszeitung in Abhängigkeit der experimentellen Bedingung (heuristische Gruppe, systematische Gruppe) .....	249
<b>Tabelle 5:</b> Zusammenfassung der Ergebnisse der vier empirischen Studien .....	255





# 0. Abstract

*English version follows below.*

Das vorliegende Forschungsprojekt beschäftigte sich mit dem Kultivierungseffekt von Tageszeitungen auf Realitätseinschätzungen der LeserInnen. Nachdem der Kultivierungseffekt von Tageszeitungen (TZ) mittlerweile in einer Reihe an internationalen Studien nachgewiesen wurde, wurde das vorliegende Projekt mit dem Ziel durchgeführt, diesen nun auch zu erklären. Aus diesem Grund wurden theoretische Annahmen aus der bereits länger etablierten TV-Kultivierungsforschung in den TZ-Kultivierungskontext übertragen und differenziert. Aus dieser theoretischen Beschäftigung konnten zwei Modelle entwickelt werden: Das *Cumulative Exposure Effects Model (CEEM)* versucht den Prozess zwischen einer einzelnen Zuwendung zu Inhalten aus einer Tageszeitung und dem langfristigen Kultivierungseffekt dieser Tageszeitung unter Rückgriff auf Ergebnisse der Priming- und Kultivierungsforschung zu erklären. Das *Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN)* konzentriert sich auf den späteren Prozess der Urteilsbildung und versucht Variablen, welche während der Bildung eines Realitätsurteils kultivierungstheoretisch als relevant erachtet werden, miteinander in Beziehung zu setzen.

Um die zentralen Annahmen einem empirischen Test zu unterziehen wurden vier Studien mit web- und laborexperimentellen Designs ( $N_{\text{Studie 1}} = 465$ ,  $N_{\text{Studie 2}} = 85$ ,  $N_{\text{Studie 3}} = 501$ ,  $N_{\text{Studie 4}} = 500$ ) durchgeführt. Beide theoretischen Modelle fanden in den Studien größtenteils unterstützende empirische Evidenz. So zeigt sich, dass das regelmäßige Lesen von Kriminalitätstexten einer Boulevardzeitung, in welchen Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert werden, einen langfristigen Kultivierungseffekt produziert: Kommen in der Realität unter 30% aller tatverdächtigen Personen aus dem Ausland (Quelle: offizielle Statistik), so steigt dieser prozentuelle Anteil in der „Welt“ des untersuchten Boulevardmediums auf über 60% (Quelle: Inhaltsanalyse). Nun

zeigt sich, dass diejenigen, welche häufiger diese Zeitung rezipieren, den Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen signifikant überschätzen (= **Kultivierungseffekt**). Dieser „Modell“-Kultivierungseffekt wurde verwendet um die zentralen Vorhersagen der beiden Modelle zu testen. So konnte etwa nachgewiesen werden, dass ...

- das Lesen von einigen wenigen verzerrten Kriminalitätstexten ausreichte, um die Anteilseinschätzungen der LeserInnen zu verändern.
- dieser kurzfristige Effekt negativ beschleunigt abfiel (d.h. zuerst stärker, anschließend schwächer).
- Vigilanz (d.h. die Tendenz sich bedrohlichen Reizen zuzuwenden) den Abfall des kurzfristigen Effektes moderierte. Vigilante Personen zeigten ein höheres residuales Effektniveau.
- das Lesen dieser wenigen Texte die Stärke der automatischen Assoziation zwischen den Gedächtnisinhalten „Ausland“ und „kriminell“ kurzfristig stärkte.
- dieser Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation auch durch das regelmäßige Lesen dieser Tageszeitung langfristig beeinflusst wurde („implizite Kultivierung“).
- der kurzfristige Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation unabhängig davon ist, ob der oder die LeserIn die Zeitungstexte als glaubwürdig einstufte. Anders verhält sich dies bei dem „explizit“ abgefragtem Realitätsurteil nach dem eingeschätzten prozentuellen Anteil. Die attribuierte Text-Glaubwürdigkeit moderierte den kurzfristigen Effekt auf die explizite Anteilseinschätzung, jedoch nicht den impliziten Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation.
- ein Quellen-Prime, der direkt vor der Abfrage des expliziten Realitätsurteils präsentiert wurde, den expliziten TZ-Kultivierungseffekt reduzierte, allerdings nur bei VielleserInnen. Der reduzierende Effekt war allerdings klein. Dieser Befund ist konsistent mit der TV-Kultivierungsforschung.
- systematische Urteilsbildung während der Konstruktion des expliziten Realitätsurteils den TZ-Kultivierungseffekt nicht reduzierte. Dieser Befund ist inkonsistent mit der TV-Kultivierungsforschung.



Die Bedeutung der Befunde für die Kultivierungsforschung wird diskutiert. Die Modelle sind nicht nur auf den TZ-Kultivierungskontext beschränkt, sondern beinhalten auch theoretische Gedanken, welche für die TV-Kultivierungsforschung als relevant erachtet werden.

### *English version*

The present study investigated the cultivation effect of newspapers on readers' conceptions of social reality. Because the cultivation effect of newspapers could have been documented in previous studies, this research tried to explain the effect. For this purpose, theoretical assumptions derived from television cultivation research were used for the newspaper context. Two models were developed based on this theoretical reasoning. The *Cumulative Exposure Effects Model (CEEM)* tries to explain the process between a single exposure to newspaper content and the long-term cultivation effect by integrating findings from media priming as well as cultivation research. The *Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN)* discusses the interplay between variables during the judgment construction phase.

Four studies with web- and laboratory-based experimental designs ( $N_{\text{Study 1}} = 465$ ,  $N_{\text{Study 2}} = 85$ ,  $N_{\text{Study 3}} = 501$ ,  $N_{\text{Study 4}} = 500$ ) were utilized to test the models' central assumptions. I found supporting empirical evidence for both models: In previous research, it has been shown that regular reading of crime articles from a specific tabloid, in which foreigners have been overrepresented as criminals, produces a long-term cultivation effect. In reality, under 30 percent of all suspected offenders are foreigners (source: official statistic). In contrast, in the tabloid "world" over 60 percent of all offenders, where the nationality could be inferred, are labeled as foreigners (source: content analysis). Of interest, it could be shown that those, who read this tabloid overestimate the real world incidence of criminal foreigners

(= **cultivation effect**). This “model”-cultivation effect was used to test the theoretical models’ predictions. It could be shown that ...

- reading of only a few biased crime texts had an impact on reader’s reality estimates (“first-order” cultivation, i.e., estimated real-world incidence of criminal foreigners).
- this short-term effect showed a negatively accelerated decay (i.e., stronger at the beginning, weaker later). The effect residual was above the baseline after a temporal delay of two days.
- vigilance (i.e., the tendency to intensify the intake of threat-related information) moderated the decay of the short-term effect: Vigilant individuals showed a stronger residual effect level.
- reading of these few crime texts strengthened the automatic association between the memory content “foreign country” and “criminal” (measured with the Implicit Association Test) in the short-term.
- there was also a long-term effect on the strength of the automatic association due to regular reading of the biased tabloid (“implicit cultivation”).
- the short-term effect on the strength of the automatic association was observable irrespective of whether the reader attributed a high or a low credibility to the crime texts. Thus, attributed text-credibility did not moderate the effect on the strength of the automatic association in memory. In contrast, attributed text-credibility moderated the short-term effect on the explicit reality estimate.
- a source prime, which had been presented before building the explicit social reality estimate, reduced the first-order cultivation effect, although only in heavy readers. However, this reduction effect by the source prime was a relatively small effect. This finding is consistent with television cultivation research.
- systematic processing during the construction of the explicit reality estimate did not reduce the newspaper cultivation effect. This finding is inconsistent with television cultivation research.

I discuss the importance of the findings for cultivation. I argue that the two models are not only relevant for newspaper cultivation research only, but also for television cultivation.



# 1. Einleitung

Am 20.09.2008 wurde in der österreichischen Tageszeitung *Kronen Zeitung*, kurz *Krone*, ein Bericht über eine angeblich neue EU-Verordnung veröffentlicht. Die EU plane „offenbar“ eine „Toiletten-Pflicht“ für alle Imbissstände in Österreich. Die Krone steht der EU sehr kritisch bis ablehnend gegenüber wie Inhaltsanalysen der EU-Berichterstattung zeigen (Arendt, 2008, 2010). Die neue, skurrile Meldung über eine angebliche „Toiletten-Pflicht“ passte folglich gut in die eingefahrene Linie des Blattes. Es stellte sich jedoch in weiterer Folge heraus, dass diese Meldung falsch war. Die Verordnung hat es nie gegeben. Vielmehr wurde von einer fiktiven „Elisabeth Hofmeyr“ eine E-Mail an österreichische Tageszeitungen gesendet. In dieser E-Mail war ein Link enthalten, der zu einem vorgetäuschten Online-Artikel der „The Times“ und zu einem vorgeblich realen EU-Dokument führte. Beide Texte wurden von den Initiatoren dieser Aktion selbst geschrieben. Neben der Kronen Zeitung fielen auch einige andere Tageszeitungen dieser Zeitungsente zum Opfer.

Dieser Vorfall kann als Extrembeispiel für die notwendige Bemerkung gelten, dass sich die „[wirkliche Wirklichkeit](#)“, wie Watzlawick (1987) die Realität nannte, nicht mit den Wirklichkeiten a priori gleichzusetzen ist, welche durch Massenmedien vermittelt werden. Wie noch gezeigt werden wird, weichen die [Medienwirklichkeiten](#) in einigen Bereichen von der wirklichen Wirklichkeit systematisch ab. Im einführenden Zeitungsente-Beispiel stehen sich Realität und Medienrealität diametral gegenüber. Zugegeben, das ist ein Extremfall. Jedoch tritt diese Abweichung in vielen Fällen viel subtiler auf. In vielen Fällen ist es auch nicht die „Wahrheit“ eines Artikels die in Zweifel gezogen werden kann, sondern die „Wahrheit“ der über Tage, Wochen, Monate, und Jahre gehenden Berichterstattung. Wenn die Berichterstattung bezogen auf einen Aspekt der Realität systematisch von der Realität abweicht und/oder eine Bewertung eines

sozialen Objektes konsistent und kumulativ in eine (verzerrte) Richtung erfolgt, kann von einer Tendenz („Bias“) in der Berichterstattung gesprochen werden.

Im Rahmen der *Kultivierungsforschung* wurde wiederholt gezeigt, dass die regelmäßige Rezeption von verzerrten Medienrealitäten zu einer verzerrten, stärker angelegenen Realitätssicht der RezipientInnen führen kann (Gerbner & Gross, 1976; Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2009). Das der Dissertation zugrunde liegende Forschungsprojekt wurde mit dem Ziel durchgeführt, herauszufinden, wie dieser Effekt kognitiv „funktioniert“. Für die Krone konnte in einer Studie, auf die noch später detaillierter eingegangen wird, nachgewiesen werden, dass Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen innerhalb der Berichterstattung im Vergleich zur Realität (Indikator: offizielle Kriminalitätsstatistik) deutlich überrepräsentiert werden (Arendt, 2010). In dieser Studie wurde vermutet, dass die wiederholte Rezeption dieser verzerrten Medienrealität dazu führt, dass diejenigen, welche die Medienrealität häufiger rezipieren, eher eine Sicht auf die soziale Wirklichkeit zeigen, wie sie in der Tageszeitung vermittelt wird (= *Kultivierungseffekt*). Es stellt sich somit die Frage, ob Krone-VielleserInnen, kongruent mit der Krone-Welt, den Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen tendenziell überschätzen. In der Tat konnte in der Studie nachgewiesen werden, dass die Krone-Nutzungshäufigkeit mit der Höhe der Anteilseinschätzung positiv korreliert: Diejenigen, welche häufiger die Krone nutzten, zeigten eine „kultivierte“ Sicht auf diesen einen Teilaspekt der sozialen Wirklichkeit. Dieser Zusammenhang blieb auch nach der Kontrolle von Drittvariablen bestehen. Dieses Phänomen wird der kommunikationswissenschaftlichen Forschungstradition folgend als *Kultivierung* bezeichnet. Ursprünglich wurde nur die kultivierende Wirkung des Fernsehens untersucht. In der Vergangenheit konnte jedoch dieser Ansatz auch für die Erforschung der langfristigen Effekte von Tageszeitungen fruchtbar gemacht werden (vgl. Kapitel 2.1.2).

Ähnliche Befunde einer „angepassten“ Realitätssicht der VielleserInnen im Vergleich zu den Wenig- und NichtleserInnen konnten in einigen internationalen Studien, auf die ebenfalls später noch genauer eingegangen wird, dokumentiert werden. Bis in die junge Vergangenheit wurden diese Studien mit dem

berechtigten Ziel durchgeführt, den Kultivierungseffekt zu dokumentieren, diesen also zu beschreiben. Da dies als gelungen angesehen werden kann, werden nun vermehrt Anstrengungen unternommen den Effekt durch die Erforschung seiner kognitiven Grundlagen zu erklären: Wie „funktioniert“ der Effekt? Genau hier setzt das durchgeführte Forschungsprojekt an. Dazu wurden aus bestehenden empirischen Befunden und theoretischen Modellen Hypothesen für die Tageszeitungs-Kultivierung abgeleitet. Auf Basis dieser empirischen und theoretischen Befunde wurden zwei Modelle erstellt. Das erste Modell, das *Cumulative Exposure Effects Model* (CEEM, vgl. Kapitel 2.3.2.1) versucht die Kluft zwischen den kurzfristigen Effekten einer einzelnen Zuwendung (= Priming-Effekt) und den langfristigen Effekten der wiederholten Zuwendung zu massenmedialen Inhalten (= Kultivierungseffekt) zu verkleinern. Das zweite Modell, das *Heuristic Processing Model of Newspaper Effects* (HPMN, vgl. Kapitel 2.3.2.2), versucht theoretische Annahmen aus der TV-Kultivierungsforschung in die Tageszeitungs-Kultivierungsforschung zu integrieren. Beide Modelle wurden in vier Studien empirisch getestet (vgl. Kapitel 3).

Als „Modell-Kultivierungseffekt“ wurde der vorhin beschriebene Krone-Kultivierungseffekt genutzt. An diesem wurden die durch die Modelle vorhergesagten Einflüsse einzelner Variablen getestet. Folglich wurden die kognitiven Grundlagen des Kultivierungseffekts erster Ordnung untersucht (d.h. Effekte auf Realitätseinschätzungen, vgl. Kapitel 2.1.1.3.1). Kultivierungseffekte auf Einstellungen und Werte sind nicht Teil dieser Arbeit, da diese vermutlich unterschiedlichen kognitiven Prozessen folgen (vgl. Shrum, 2009).

Die Dokumentation des Forschungsprojektes setzt sich aus folgenden Abschnitten zusammen: Anfänglich wird ein Überblick über den Kultivierungsansatz gegeben, innerhalb dessen Rahmen die empirischen Studien durchgeführt wurden (Kapitel 2.1.1). Anschließend wird auf die Kultivierungsforschung in Bezug auf Tageszeitungen eingegangen (Kapitel 2.1.2). Aus den bestehenden Modellen des Kultivierungseffekts (Kapitel 2.2) werden zentrale Hypothesen bezogen auf Phänomene des Tageszeitungs-Kultivierungsprozesses abgeleitet, welche in zwei Modellen systematisiert dargestellt werden (Kapitel 2.3). Im Anschluss werden

die empirischen Studien präsentiert, in welchen zentrale Aussagen der Modelle getestet wurden (Kapitel 3). Es folgt die Zusammenfassung der Befunde und eine Diskussion der Ergebnisse und deren Bedeutung für die Kultivierungsforschung (Kapitel 4). Am Ende werden die Befunde im Hinblick auf ihre gesellschaftspolitische Relevanz diskutiert (Kapitel 6).



## 2. Theorie

Es soll zuerst ein grober Überblick gegeben werden, um im Anschluss ins Detail gehen zu können. Der Überblick auf den nächsten Seiten beinhaltet immer Verweise auf das entsprechende Kapitel, in welchem eine detaillierte Diskussion stattfindet.

Massenmedien bilden die Realität nicht in ihrer Vollständigkeit ab. Wie Schulz (1990, 8) für faktualen Content feststellt, werden Ereignisse erst dadurch zu Nachrichten, dass sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden. Doch bereits die Definition eines Realitätsausschnitts als „Ereignis“ setzt Selektion, Wahrnehmung und Interpretation voraus. Erst durch die notwendige Unterbrechung und Reduktion der raum-zeitlichen Kontinuität und der Ganzheit des Weltgeschehens lässt sich Realität in Nachrichten umsetzen. Hieraus folgt dass die geschaffene **Medienrealität**, wie bereits bemerkt, nicht als ein reines Abbild der „**wirklichen Wirklichkeit**“ verstanden werden kann. Sie muss vielmehr als eine von Menschenhand geschaffene, symbolische Umwelt konzipiert werden. Die konstruierte Medienwelt ist folglich eine „Mixtur von wahr und falsch, Exaktheit und Verzerrung“ (Gerbner & Gross, 1976, 179), wobei eine einfache Bestimmung von „wahr“ oder „falsch“ in vielen Fällen nicht möglich ist.

Ein in den 1960er Jahren entstandener kommunikationswissenschaftlicher Forschungsansatz greift diese Grundüberlegung auf. Aufbauend auf dieser Überlegung wird der Frage nachgegangen, welche spezifischen Realitäten Massenmedien vermitteln und ob die Rezeption dieser massenmedial konstruierten Wirklichkeiten die Sicht der RezipientInnen auf die soziale Wirklichkeit *kultiviert*. Die Pionierstudie innerhalb der Kultivierungsforschung (Gerbner & Gross, 1976) untersuchte, ob der hohe Gewaltanteil innerhalb des

Fernsehprogramms bei den ZuschauerInnen auf lange Sicht Misstrauen erzeugen und Angst schüren kann und ob die Sicht auf die soziale Realität durch eine verzerrte Darstellung beeinflusst wird. In einem ersten Schritt wurde hierfür die Medienwelt hinsichtlich des Vorkommens von Gewalt inhaltsanalytisch untersucht. So konnte gezeigt werden, dass etwa 8 von 10 TV-Sendungen Gewalt enthielten. Die Befunde dokumentierten folglich einen hohen Gewaltanteil in der (amerikanischen) TV-Welt. In einem zweiten Schritt wurde eine Befragung durchgeführt. Es wurden zuerst Anteilseinschätzungen (= eingeschätzter Anteil von Personen, welche in der Verbrechensbekämpfung tätig sind) und anschließend die Viktimisierungsangst (= operationalisiert als eingeschätzte Wahrscheinlichkeit selbst in ein Verbrechen verwickelt zu werden) erhoben. Zusätzlich wurde die Nutzungshäufigkeit des Fernsehens erfasst. Da vermutet wurde, dass Personen, die in der Verbrechensbekämpfung tätig sind, in der Fernsehwelt im Vergleich zur Realität deutlich überrepräsentiert sind und gezeigt wurde, dass Gewalt in der Fernsehwelt allgegenwärtig ist, wurden folgende Vermutungen aufgestellt: VielseherInnen überschätzen im Vergleich zu WenigseherInnen (1) den Anteil von Personen, welche in der Verbrechensbekämpfung tätig sind, und (2) haben mehr Angst selbst in ein Verbrechen verwickelt zu werden. Die Befunde bestätigten diese Überlegungen (vgl. Kapitel 2.1.1.1).

Diese und folgende Studien blieben nicht unkritisiert. Vor allem wurde angemerkt, dass Drittvariablen nur mangelhaft kontrolliert wurden und die Kausalität der gefundenen Unterschiede nicht exakt bestimmt werden kann. Um dies am Beispiel der Pionierstudie zu verdeutlichen: Erhöht die Fernsehnutzung die Ängstlichkeit? Oder bleiben diejenigen, welche ängstlicher sind eher zu Hause und schauen aufgrund dessen häufiger fern? Oder gibt es eine oder mehrere Drittvariablen, welche für den Zusammenhang zwischen der TV-Nutzung und der Ängstlichkeit verantwortlich sind? So kann etwa ein höheres Alter mit beiden in Zusammenhang stehen. In diesem Fall verursacht das Alter den Zusammenhang zwischen der Fernseh-Nutzung und der Ängstlichkeit. Wird die Variable Alter in diesem Szenario kontrolliert, verschwindet oder reduziert sich der Zusammenhang (vgl. Kapitel 2.1.1.2).

Die Kultivierungsforschung kann mittlerweile auf eine rund 30-jährige Geschichte und auf die Erforschung der verschiedensten Themen zurückblicken. Das ursprüngliche Konzept wurde theoretisch erweitert (vgl. Kapitel 2.1.1.3). Es wurden auch Meta-Analysen durchgeführt, welche versuchen den Stand der empirischen Forschung zusammenzufassen. So kommen Shanahan und Morgan (1999) in ihrer Meta-Analyse zum Schluss, dass die empirische Forschung die theoretischen Überlegungen stützt. Die Zusammenhänge zwischen der zentralen unabhängigen Variable Nutzungshäufigkeit und den diversen abhängigen Variablen sind klein, oft an der Grenze der Interpretierbarkeit. Es besteht jedoch ein schwacher, aber stabiler positiver Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit des Mediums und der „angeglichenen“ Realitätssicht der RezipientInnen. Auch eine zweite Meta-Analyse von Rossmann (2008) kommt zu einem ähnlichen Befund: Die große Mehrheit der von ihr betrachteten Studien stützt die Kultivierungshypothese. In insgesamt 89 der 109 von ihr gesichteten Studien wurden signifikante Zusammenhänge gefunden, welche die Kultivierungshypothese bestätigen (vgl. Kapitel 2.1.1.4).

Ursprünglich beschäftigte sich die Kultivierungsforschung ausschließlich mit der kultivierenden Wirkung des Fernsehens. In jüngster Vergangenheit konnte der Ansatz jedoch auch für die Erforschung der kultivierenden Wirkung von Tageszeitungen fruchtbar gemacht werden. Hier wird theoretisch davon ausgegangen, dass sich zwar Fernsehen und Tageszeitungen hinsichtlich der Inhalte und deren Präsentation unterscheiden, dass jedoch auch die Inhalte von Tageszeitungen in einer ähnlichen Art und Weise die Sicht auf die soziale Wirklichkeit kultivieren können. Auch bereits der geistige Vater der Kultivierungsforschung, George Gerbner, bekräftigte, dass nicht nur das Fernsehen den Prozess der Kultivierung hervorbringe (Gerbner et al. 1994, 197), sondern dass jedes Kulturwerk das Potential zum Kultivieren hätte. „Kultivierung ist das, was eine Kultur tut“, wie es Gerbner (1990, 214) formulierte (vgl. Kapitel 2.1.2).

Auch für die Kultivierung von Tageszeitungen lässt sich ein schwacher Kultivierungseffekt im Querschnitt nachweisen. Die wenigen Daten aus Längsschnittstudien bestärken zudem die Vermutung, dass zumindest ein Teil der

gefundenen Zusammenhänge oder Mittelwertunterschiede ursächlich der Medienrezeption zugeschrieben werden kann (vgl. Kapitel 2.1.2.2). Um die interne Validität der Kultivierungstheorie zu erhöhen, d.h. um die gefundenen Effekte mit einer größeren Sicherheit ursächlich der Medienrezeption zuschreiben zu können, ist es dem wissenschaftlichen Fortschritt dienlich die kognitiven Prozesse herauszuarbeiten, welche dem Kultivierungseffekt zu Grunde liegen. Vor allem die Arbeiten von L. J. Shrum sind hier hervorzuheben, deren Befunde in ein kognitives Prozessmodell mündeten (Shrum, 2009). Für das Fernsehen wurden die Modellannahmen bereits empirisch getestet. Die Befunde bestätigen das Modell. Dieses Modell ist im Moment das dominierende Erklärungsmodell für TV-Kultivierungseffekte auf Realitätseinschätzungen. Neben dem Shrum'schen Modell existieren noch weitere Modelle, die für die Erklärung des Effektes von Tageszeitungen nutzbar gemacht werden können (vgl. Kapitel 2.2).

Die empirischen und theoretischen Erkenntnisse der Kultivierungsforschung und benachbarter Disziplinen mündeten in zwei Modelle. Das erste Modell, das *Cumulative Exposure Effects Model* (CEEM, vgl. Kapitel 2.3.2.1) versucht die Kluft zwischen den (kurzfristigen) Effekten einer einzelnen Zuwendung zu massenmedialen Inhalten (z.B. zu einem Artikel) und den langfristigen Effekten der wiederholten Zuwendung zu massenmedialen Inhalten (z.B. das regelmäßige Lesen einer Tageszeitung) zu erklären. Das zweite Modell, das *Heuristic Processing Model of Newspaper Effects* (HPMN, vgl. Kapitel 2.3.2.2), versucht zentrale Annahmen des Shrum'schen Modells zu integrieren und für den Tageszeitungs-Kontext zu erweitern. Beide Modelle wurden empirisch getestet (vgl. Kapitel 3).

## 2.1. Kultivierungsforschung

### 2.1.1. Klassische Perspektive

Die Art und Weise wie ForscherInnen der ersten Stunde Kultivierungsforschung betrieben haben unterscheidet sich von der Vorgehensweise der Gegenwart. Die ursprüngliche, „klassische“ Perspektive war auf die *Beschreibung* von Kultivierungseffekten beschränkt. Gerbner und KollegInnen verfolgten das berechnete Ziel den Effekt zu dokumentieren. Im Laufe der Zeit wurde die thematische Breite erweitert und eine Untersuchung der Prozesse angestrebt, welche dem Kultivierungseffekt zu Grunde liegen. Zu Beginn sollen die theoretischen Überlegungen und empirischen Befunde der 1976er Pionierstudie referiert werden.

#### 2.1.1.1. Pionierstudie

Nach Gerbner und Gross (1976) ist ein, wenn nicht der wesentlichste Aspekt der menschlichen Existenz das Leben in einer „symbolischen“ Umwelt: Rituale und Geschichten, die oft von einer Generation zur nächsten weitergegeben werden, dienen und dienen der Sozialisation, aber auch der sozialen Kontrolle. Die institutionalisierten Prozesse, welche diese Geschichten hervorbringen, wurden immer mehr professionalisiert, industrialisiert, zentralisiert und spezialisiert. Heute erfüllen die Massenmedien immer mehr die Funktion des „Geschichten-Erzählers“.

Verschiedene soziale Gruppen, egal ob jung oder alt, mit hoher oder niedriger Bildung, Richter oder Handwerker, etc., seien zunehmend einer ähnlichen symbolischen Umwelt ausgesetzt. Das Fernsehen wird als zentral angesehen: „television is the central cultural arm“ (ebd., 174). Dadurch, dass das Fernsehen als ein ausführendes Organ der bestehenden Machtverhältnisse gesehen wird, nahmen die Autoren an, dass dessen Nutzung bestehende Sichtweisen (Wissen, Rollenvorstellungen, Einstellungen, etc.) eher erhält anstatt diese zu verändern. Damit differierte dieser Ansatz von der zur damaligen Zeit stark verbreiteten experimentell orientierten (psychologischen) Wirkungsforschung, die vor allem *Einstellungswandel* erforschte. Die vorwiegende Funktion des Fernsehens sei es jedoch, den Status Quo zu stabilisieren und zu verbreiten (indem etwa ein Widerstand gegen den Wunsch nach einer Veränderung kultiviert wird).

Fernsehen sei somit ein **Sozialisationsagent**, der die meisten Menschen in standardisierte Rollen und Verhaltensweisen einführt. Dabei würden nicht so sehr spezifische Einstellungen kultiviert werden, sondern grundlegende Annahmen über die „Fakten“ des Lebens. Die Konzentration auf das Fernsehen wird mit folgenden Argumenten für die USA gerechtfertigt (vgl. allerdings Kapitel 2.1.1.2, in welchem die Kritik gegenüber den ersten theoretischen Überlegungen angeführt ist, besonders in Bezug auf die mit einem Stern [\*] gekennzeichneten Aspekte):

1. TV-Penetration ist sehr hoch: Fast alle Haushalte haben einen Fernseher.
2. TV erfordert im Gegensatz zu Printprodukten keine Lesefähigkeit.
3. TV-Programm ist gratis (anders als etwa bei Kinofilmen).
4. TV-Programm läuft immer: Wird der Fernseher eingeschaltet, gibt es Programm.
5. TV kann im Vergleich zum Radio nicht nur erzählen, sondern auch zeigen.
6. Fernsehen erfordert keine Mobilität (wie es etwa das Kino erfordert) – das Empfangsgerät steht gut erreichbar in jeder Wohnung.
7. Kinder sehen fern bevor sie noch lesen können.
8. Bis ein Kind in die Schule eintritt hat es mehr ferngesehen als es später in einer Universität verbringen wird.

9. Keine nationale Errungenschaft, Feier oder Trauer erscheint real, wenn sie nicht im TV verbreitet wird.
10. Noch nie zuvor haben derart unterschiedliche soziale Gruppen so viel in einer gemeinsamen symbolischen Umwelt erlebt und gleichzeitig aber sehr wenig zu deren Entstehung beitragen können.
11. Erst was im TV erscheint ist wichtig und relevant.
12. Keine gesellschaftliche Bewegung kann erfolgreich sein ohne im TV präsent zu sein.
13. TV wird nicht selektiv genutzt. \*
14. Individueller Geschmack und Programmpräferenzen sind für die Wahl der rezipierten Inhalte weniger wichtig als die Tatsache was gerade läuft, wenn der Fernseher eingeschaltet wird (habituelle Nutzung). \*

Das erste Thema, welches die Gerbner Gruppe eingehend untersuchte war die Auswirkung von TV-Gewalt. Anders als die zu dieser Zeit aktive psychologisch orientierte, experimentelle Wirkungsforschung, wurde den *langfristigen* Wirkungen von TV-Nutzung besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Es interessierte nicht so sehr die Wirkung eines einzelnen TV-Beitrags oder einer einzelnen Folge einer Serie. Vielmehr wurde das Fernsehen als System konzipiert: „the system is the message“ (Gerbner & Gross, 1976, 231). Zudem war die Gerbner Gruppe davon überzeugt, dass die wesentliche Konsequenz von häufiger TV-Zuwendung (und damit nach den Annahmen der Autoren bezüglich der Homogenität der Inhalte und der non-selektiven Nutzung automatisch auch zu TV-Gewalt) nicht so sehr in der Erhöhung von individueller Aggressivität liege. Im Gegensatz dazu nahm man an, dass das Leben in einer symbolischen (TV-) Umwelt, die größtenteils durch Gewalt geprägt ist, die gesellschaftlichen Machtverhältnisse demonstriert, Informationen zu sozialen Normen und Beziehungen bietet, Ziele und Mittel mitteilt, über Gewinner und Verlierer berichtet, über die Risiken im Leben, und über den Preis von Gesetzesübertretungen informiert: „violence-laden drama shows who gets away with what, when, why, how, and against whom“ (ebd., 231). Angst, schon immer ein Instrument der sozialen Kontrolle, ist nach der Ansicht der Gerbner Gruppe eine weitaus kritischere Konsequenz als die kurzfristige Steigerung von individueller Aggressivität.

Die dominante stilistische Konvention der Erzählungen – egal ob in Filmen oder in Serien – sei die des *gegenständlichen Realismus*’ (engl.: „representational realism“): Unabhängig davon wie „erfunden“ die Geschichte ist, ZuschauerInnen würden größtenteils annehmen, dass sich diese Geschichte vor einem realen Hintergrund abspielt. Diese Annahme wird von Gerbner et al. als „trojanisches Pferd“ beschrieben, da die Hintergrund-Inhalte stark selektive, synthetische und zweckgeleitete „Fakten“ sind. Gegenüber diesen vermittelten Bildern sei der Rezipient und die Rezipientin „einigermaßen schutzlos“ (engl.: „somewhat defenseless“).

Ist in der Realität „Wahrheit“ in den meisten Fällen nicht eindeutig zu bestimmen, ist es im TV meistens anders. Hier gibt es wenig(er) Ambiguität. Das TV bietet Klarheit und Lösungen: „unlike life, television is an open book“ (ebd., 233). Das TV zeigt nicht nur die für die meisten Menschen größtenteils verborgenen Wirklichkeitsbereiche wie beispielsweise Medizin, Verbrechensbekämpfung, Justiz, Big Business und High Society. Vielmehr „sehen“ RezipientInnen im TV „wer“ diese Figuren in Bezug auf allgemeine Merkmale wie etwa Geschlecht, Alter, Herkunft und sozialer Status, oder aber auch im Bezug auf persönlichkeitsbezogene Merkmale wie selbstlos, faul, korrupt oder gutherzig „sind“.

Die zentrale Annahme der Gerbner Gruppe ist die, dass diejenigen, welche das Medium häufiger nutzen eher eine Sicht auf die soziale Wirklichkeit zeigen, wie sie im Medium dominant ist (= *Kultivierungshypothese*). Dabei wird schon in der 1976er Pionierstudie vermutet, dass die kultivierende Wirkung des Fernsehens dann am stärksten ist, wenn einerseits Erfahrungen aus erster Hand nicht möglich sind und die Sicht auf den Teilaspekt der sozialen Wirklichkeit nicht tief in etablierten Meinungen und Ideologien des Individuums verwurzelt ist.

Bezogen auf das Thema Gewalt wurden in der Pionierstudie Daten einer umfangreichen Inhaltsanalyse (= *message system analysis*) präsentiert, die zeigen, dass Gewalt im amerikanischen Fernsehen omnipräsent ist. In einem weiteren Schritt wurden Daten einer repräsentativen Umfrage präsentiert (= *cultivation analysis*), wobei die Antworten auf gewaltbezogene Fragen von Viel- und WenigseherInnen verglichen wurden. VielseherInnen sollten häufiger sogenannte



„Fernseh-Antworten“ geben, d.h. eher eine TV-konsistente Sicht auf die Realität zeigen. Gerbner und Gross zeigten etwa, dass (1) VielseherInnen den Anteil von Personen, die in der Verbrechensbekämpfung beschäftigt sind, überschätzten, dass (2) sie glaubten, dass man den meisten Menschen nicht trauen kann, und dass (3) VielseherInnen das Risiko selbst in eine Gewalttat zu geraten höher einschätzten. Die Unterschiede zwischen Wenig- und VielseherInnen blieben auch noch bestehen als jeweils eine Drittvariable (Bildung, Lesen einer Tageszeitung, Alter, Geschlecht) kontrolliert wurde.

Bereits damals wurde festgehalten, dass sich Viel- und WenigseherInnen hinsichtlich relevanter Variablen unterscheiden. So haben VielseherInnen beispielsweise ein niedrigeres Bildungsniveau, sind weniger mobil und sind ängstlicher. TV-Nutzung, so die Annahme, liefert allerdings einen von den zitierten Drittfaktoren unabhängigen Beitrag zu dem Bias der Realitätssicht: „Television viewing (...) makes a separate and independent contribution to the ‚biasing‘ of conceptions of social reality within most age, sex, educational, and other groupings, including those presumably most ‚immune‘ to its effects“ (ebd., 244). Wie die Autoren nach der Präsentation der Resultate der Kultivierungsanalyse festhalten: „The pattern of our findings suggests that television and other media exposure may be as important as demographic and other experiential factors in explaining why people view the world as they do“ (ebd., 246).

Es wurde in der Beschreibung der Pionierstudie vor allem die theoretische Argumentation der Gerbner Gruppe festgehalten. Zweifelsfrei ist dieser theoretische Beitrag einer der einflussreichsten innerhalb der Kommunikationswissenschaft des letzten Jahrhunderts (vgl. Bryant & Miron, 2004). Er hat hunderte an Studien inspiriert, die sich in den Fußstapfen von Gerbner et al. bewegten und noch immer bewegen. Nichtsdestotrotz wurde die Pionierarbeit einer umfangreichen Kritik unterzogen, auf die nun der Vollständigkeit halber eingegangen wird. Schon allein an der Fülle an Kritik ist die Relevanz des Kultivierungsansatzes für die Kommunikationswissenschaft abzulesen.

Zusammenfassen kann festgehalten werden, dass unter Kultivierung folgendes Phänomen verstanden wird: Kultivierung beschreibt die langfristigen Konsequenzen von regelmäßigem Rezipieren von massenmedialen Inhalten - „fact and fable play equally significant and interrelated roles (Gerbner 1969, 142) -, die hinsichtlich eines bestimmten Teilaspektes der sozialen Wirklichkeit verzerrt sind. Es ist die kumulative und konsonante Präsentation von mehr oder weniger unintendiert präsentierten „Fakten“ von welchen SeherInnen, HörerInnen, und LeserInnen inzidentell Realitätswissen lernen.

### **2.1.1.2 Klassische Kritik**

Die Pionierarbeit von Gerbner und KollegInnen blieb nicht unkritisiert. Diese Kritikpunkte sind in der Literatur bereits ausführlich behandelt worden (Weimann, 2000; Rossmann, 2008; Shanahan & Morgan, 1999). Der Vollständigkeit halber sollen jedoch die zentralen Ansatzpunkte der mittlerweile als „klassisch“ geltenden Kritik reproduziert werden. Es soll erwähnt sein, dass sich einige Punkte speziell auf das Fernsehen beziehen und sich nicht auf die Tageszeitungs-Kultivierung übertragen lassen. Nichtsdestotrotz wird angenommen, dass aus der „klassischen Kritik“ viel für die Erforschung des Kultivierungseffektes von Tageszeitungen gelernt werden kann. Darauf wird am Ende des Kapitels eingegangen.

#### *1. „Humanistische“ Kritik: Interpretation der Inhalte*

Newcomb (1978) kritisierte die Arbeit von Gerbner et al. als einer der ersten. Konkret hielt er der Gerbner Gruppe vor, dass sie ignoriere, dass RezipientInnen Medieninhalte nicht identisch interpretieren: Nicht alle

SeherInnen interpretieren etwa einen TV-Gewaltakt gleich. Newcomb plädierte für eine genauere, eher qualitativ orientierte Analyse. Gerbner und Kollegen forschten auf der Makroebene der Gesellschaft mit quantitativen Methoden. Es wurde als Gegenargument gebracht, dass die Kultivierungsforschung sensu Gerbner nie davon ausgegangen sei, dass alle RezipientInnen Inhalte gleich interpretieren. Es werde lediglich untersucht, ob gewisse Tendenzen in der Medienwelt dazu führen, dass RezipientInnen im Aggregat (nicht im Einzelfall!) eine kultivierte Weltsicht zeigen. Wie Shanahan und Morgan (1999, 61), die von ihrer Orientierung der Gerbner-Tradition zuzuordnen sind, bemerken: „Cultivation is designed to illuminate broad patterns across large groups of people, not the fine textures of minute variations. The distinction is not ‚humanism‘ versus ‚social science‘ or even ‚qualitative‘ versus ‚quantitative‘; it is nothing more than macro versus micro“.

Anschließend an diesen Kritikpunkt lassen sich weiters zwei zusätzliche Kritikpunkte anführen, die mit der „humanistischen“ Kritik Newcomb’s in enger Verbindung stehen. Konkret geht es um die Annahmen der Gerbner Gruppe, dass SeherInnen nicht selektiv fernsehen würden (die Programmwahl richte sich nach Gerbner et al. eher nach der Uhrzeit und nicht nach den Motiven der SeherInnen) und dass die Tendenzen in der Fernsehwelt überall gleich seien (daher interessierte Gerbner et al. die kultivierende Wirkung der generellen Fernsehnutzung und nicht etwa die einer genrespezifischen Nutzung). Obwohl sich die ForscherInnen, die eher in der Tradition von Gerbner stehen, auch heute noch - zumindest in Ansätzen - an diesen beiden Annahmen festhalten, geht der Großteil der KultivierungsforscherInnen in der Zwischenzeit davon aus, dass die Annahme einer *a priori* Festlegung der Uniformität der Inhalte und einer Non-Selektivität der Nutzung nicht aufrechterhalten werden kann (vgl. Kapitel 2.1.1.3.4).

## 2. *Fehlgeschlagene Replikation*

Einige Studien konnten einen Kultivierungseffekt nicht nachweisen. Oft zitiert wurde die in England durchgeführte Studie von Wober (1978). In dieser Studie konnte kein Zusammenhang zwischen der TV-Nutzungshäufigkeit und der eingeschätzten Sicherheit nachgewiesen werden. Wobers Studie wurde jedoch im Hinblick auf die methodische Umsetzung kritisiert. So werfen etwa Shanahan und Morgan (1999) vor, dass die Fernsehnutzung vor der Erhebung der abhängigen Variablen erhoben wurde und dass die Studie den BefragungsteilnehmerInnen thematisch als „Attitudes to Broadcasting“ präsentiert wurde. Wie die Autoren festhalten kann die Reihenfolge der Datenerhebung einen beträchtlichen moderierenden Einfluss auf den Kultivierungseffekt haben. Wir werden in Kapitel 2.2.2 auf diese Problematik zurückkommen und dieses Phänomen in einer eigenen empirischen Studie überprüfen (Kapitel 3.2.1).

Grundsätzlich muss erwähnt werden, dass die fehlgeschlagene Replikation eines Kultivierungseffekts in einigen Studien nicht zur grundsätzlichen Falsifikation der Kultivierungshypothese führen soll. Es zählt das wichtigste Kriterium der Wissenschaften: das Gewicht an empirischer Evidenz. Wie die in Kapitel 2.1.1.4 diskutierten Meta-Analysen zeigen, wird die Kultivierungshypothese in der Mehrzahl der Studien bestätigt.

## 3. *Scheinkorrelation?*

Der im Querschnitt gefundene Zusammenhang zwischen der TV-Nutzung und diversen abhängigen Variablen könnte auf den Einfluss von Drittvariablen zurückzuführen sein. So zeigen Doob und MacDonald (1979), dass sich der Korrelationskoeffizient zwischen TV-Nutzung und Ängstlichkeit (fear of crime) ändert, wenn das Sample in vier Subsamples geteilt wird: 2 (Stadt/Vorstadt) x 2 (hohe Kriminalitätsrate/niedrige Kriminalitätsrate). Nur bei Personen, die in der Stadt und einer

Nachbarschaft mit hoher Kriminalität wohnten, zeigte sich ein signifikanter Effekt. Auch Personen einer Nachbarschaft mit hoher Kriminalitätsrate, die zusätzlich in einer Vorstadt lebten, zeigten einen hypothesenkonden Korrelationskoeffizienten, wobei dieser (wohl aufgrund der geringen Stichprobengröße des Subsamples von  $n = 69$ ) nicht signifikant wurde. Personen in den beiden Low-Crime-Gruppen zeigten keine signifikanten Ergebnisse, wobei der Korrelationskoeffizient sogar leicht negativ war. Dieses Ergebnis deutet auf eine Moderatorrolle der Nachbarschafts-Variable (high crime/ low crime) hin (zur genauen Definition von Moderatorvariablen vgl. Baron & Kenny, 1986): Gerbner, Gross, Morgan und Signorielli (1980) interpretierten diesen Befund ihrer Resonanz-Hypothese (vgl. Kapitel 2.1.1.3.3) folgend als eine Art „Doppel-Dosis“.

Ähnliche Kritik kam von Hirsch (1981), der zeigte, dass bei der gleichzeitigen statistischen Kontrolle von mehreren Drittvariablen (Gerbner et al. kontrollierten in der Pionierstudie immer nur eine Drittvariable) der Zusammenhang verschwand. Auch dieser Kritik begegneten Gerbner et al. (1980), in dem sie argumentierten, dass ein Fehlen eines Overall-Effekts nicht die Abwesenheit eines Effekts innerhalb von Subgruppen bedeuten muss. Aus dieser Feststellung heraus entwickelte sich das Mainstreaming-Konzept (vgl. Kapitel 2.1.1.3.2). Hirsch (1981) wies ergänzend auch noch auf die Möglichkeit hin, dass gewisse Variablen die mit einer hohen Ausprägung auf der für das Kultivierungsurteil relevanten abhängigen Variablen zusammenhängen, zu einer höheren TV-Nutzung führen: Nach dieser Vorstellung beeinflusst beispielsweise das TV nicht die subjektiv erlebte Ängstlichkeit, sondern mehr Ängstlichkeit würde dazu führen, dass Personen häufiger zu Hause bleiben und folglich mehr fernsehen (= Annahme einer umgekehrten Kausalrichtung, vgl. van den Bulck, 2004).

Abschließend muss erwähnt werden, dass dem Kritikpunkt der „Scheinkorrelation“ mit geeigneten Untersuchungsdesigns (z.B. mit der Anwendung von längsschnittlich orientierten Designs wie dem Cross-

Lagged Panel Design, vgl. Kenny, 1975; innerhalb der Kultivierungsforschung: Gerbner et al., 1980; Arendt, 2010) begegnet werden kann. Hierzu gab Potter (1993) vier Bedingungen an, damit ein kausaler Effekt der Medienzuwendung bewiesen werden kann: (a) die Ursache (Medienzuwendung) muss der Wirkung (Kultivierungsurteil) vorangehen; (b) ein Zusammenhang zwischen beiden Variablen muss nachgewiesen werden; (c) Alternativerklärungen müssen ausgeschlossen werden, d.h. es muss demonstriert werden, dass unter der Kontrolle von Drittvariablen der Zusammenhang nicht verschwindet; (d) der Zusammenhang muss in der durch die Inhaltsanalyse vorausgesagten Richtung realisiert sein.

Bedingung (a) ist schwer nachzuweisen. Das Laborexperiment ist innerhalb der Kultivierungsforschung nur unter gewissen Einschränkungen nutzbar (vgl. Rossmann & Brosius, 2004). Mit dem Cross-Lagged Panel Design können Aussagen mit einer höheren Sicherheit betreffend dieser Bedingung getätigt werden als mit Querschnittsdesigns. Aber auch dieses Design kann Kausalität nicht vollständig beweisen. Bedingung (b) kann einfach über die Berechnung von Zusammenhangsmaßen nachgewiesen werden. Bedingung (c) kann durch die statistische Kontrolle von Drittfaktoren ansatzweise erfüllt werden. Das Problem ist jedoch, dass alle relevanten Drittvariablen erhoben werden müssten. Hier besteht immer das Risiko, dass bedeutsame Drittfaktoren übersehen werden. Ein weiteres Problem besteht darin, dass das „Herausrechnen“ von Drittvariablen den Kultivierungseffekt auch möglicherweise *unterschätzen* könnte. So geben etwa die Beta-Gewichte im in der Kultivierungsforschung häufig verwendeten multiplen Regressionsmodell nur den Varianzanteil an, den die jeweilige Variable (z.B. Nutzungshäufigkeit) alleine erklärt, d.h. Überschneidungen mit anderen Prädiktoren sind in diesen Koeffizienten nicht beinhaltet. Im  $R^2$  des gesamten Regressionsmodells sind diese Überschneidungen jedoch mit eingerechnet. Dieses Problem wird vor allem dann bedeutsam, wenn wahllos viele Drittvariablen zur „Kontrolle“ ins statistische Modell aufgenommen werden. Das Beta-Gewicht ist nur dann eindeutig

interpretierbar, wenn die potentielle Drittvariable der Mediennutzungs-Variable zeitlich (d.h., ursächlich) voran geht. So ist die Überschneidung zwischen den Prädiktoren Alter und TV-Nutzung im Regressionsmodell, welches beispielsweise die Ängstlichkeit vorhersagt, wohl eindeutig ursächlich dem Alter zuzuschreiben: Das Fernsehen kann nicht „nachträglich“ das Alter beeinflussen. Jedoch ist die Überschneidung zwischen den beiden Prädiktoren (1) TV-Nutzung und (2) der eingeschätzten Wahrscheinlichkeit selbst ein Opfer zu werden nicht mehr eindeutig interpretierbar: Wenn es hier einen Zusammenhang zwischen diesen beiden Merkmalen gibt, dann sinken die Beta-Gewichte im Regressionsmodell mit zwei Prädiktor-Variablen relativ zur linearen Einfachregression, obwohl die TV-Nutzung beide anderen Variablen beeinflussen könnte. Daraus folgt: Zwar ist die statistische Kontrolle von Drittvariablen eine wichtige Methode für die Kultivierungsforschung, jedoch ersetzt sie nicht den Bericht der bivariaten Zusammenhänge. Die Kontrolle von Drittvariablen ist bloß *ein* Tool in der statistischen Toolbox. Damit Bedingung (d) der Potter'schen Bedingungen für einen kausalen Effekt erfüllt ist, müssen Inhaltsanalysen durchgeführt werden, auf deren Basis evidenz-basierte Kultivierungshypothesen abgeleitet werden können. Leider wurde dies in vielen Studien nur suboptimal gelöst. Ohne inhaltsanalytische Evidenz (selbst erhoben oder auf bestehendes Datenmaterial verweisend) sind gefundene Korrelationen alleine keine adequate Überprüfung der Kultivierungshypothese.

Wir sehen, dass das Problem der Scheinkorrelation mit geeigneten designtechnischen und statistischen Verfahren ansatzweise in den Griff zu bekommen ist. Eine letztgültige Sicherheit kann kein Design oder kein statistisches Verfahren bringen. Jedoch kann eine wiederholte Replikation des Kultivierungseffekts mit verschiedenen Methoden die interpretatorische Sicherheit enorm erhöhen. Kommen mehrere Studien mit unterschiedlichen Designs zum selben Schluss, besteht eine hohe Sicherheit, dass die Hypothese richtig ist.

#### 4. *Linearität des Kultivierungseffektes*

Hirsch (1981) zeigt, dass die statistische Auswertung der Gruppen der NichtseherInnen und der ExtremseherInnen eine Linearitäts-Annahme des Kultivierungseffektes ausschließen: NichtseherInnen zeigten einen stärkeren und ExtremseherInnen einen schwächeren „Effekt“ als die Gruppen zwischen den beiden Extrempolen der Nutzungshäufigkeit. Jedoch wurde in weiterer Folge dagegen argumentiert, dass beide Extremgruppen nur relativ klein sind und sich hinsichtlich relevanter Drittvariablen unterscheiden (vgl. Shanahan & Morgan, 1999), wobei dieses Gegenargument wiederum von Potter (1993) kritisiert wurde. Betrachtet man die Analyse von Hirsch, dann fällt jedoch schon auf, dass die Samplegröße von NichtseherInnen (z.B.  $n = 57$  in Tabelle 5) etwa im Vergleich zu den WenigseherInnen ( $n = 679$  in der selben Tabelle) beträchtlich geringer ist.

Zentral betreffend dieser Problematik erscheint, wie die zentrale „unabhängige“ Variable TV-Nutzungshäufigkeit in Kultivierungsstudien erhoben wird. Wie Weimann (2000) festhält, ist die Messung der Nutzungshäufigkeit nur bis zu einem gewissen Grad akkurat. So zeigt sich, dass in Umfragen einige BefragungsteilnehmerInnen angaben „nie“ das Fernsehen zu nutzen, jedoch einige Minuten später Fernsehnutzung als eine beliebte Freizeitaktivität angaben. Der Autor schließt mit: „All this makes the suggested linearity tests unsupportable, as they imply a level of precision that the measures cannot justify. Rough approximations of general patterns are all that cultivation analysis assumes or can achieve“ (ebd., 52). Dieses Faktum wurde als Argument angeführt, warum innerhalb der Auswertungsroutinen in Kultivierungsstudien of eine Kategorisierung der RezipientInnen in „Nicht-“, „Wenig-“, und „VielseherInnen“ vorgenommen wurde. Hier wird folglich auf einen Test der linearen Abhängigkeit verzichtet und nur eine monoton steigende Tendenz überprüft. Diese Auswertungsroutine ist möglich, jedoch sollte nicht von vornherein die „rough approximation“ als gegeben hingenommen werden. Eine Möglichkeit ist es etwa nach der Medien-



Nutzungshäufigkeit auf unterschiedliche Arten zu fragen, wie es etwa Arendt (2008) tat. In dieser Studie wurde die Nutzungshäufigkeit einer speziellen Tageszeitung als latente Variable konzeptualisiert und mit drei Indikatoren erhoben: über eine siebenstellige Skala von „nie“ bis „täglich“, über die Anzahl der Tage pro Woche, und über die Minuten pro Tag. Eine Hauptachsenfaktorenanalyse ergab einen Faktor, der über 80 Prozent der Varianz erklärt. Durch diese Methode können Unaufmerksamkeiten oder Ungenauigkeiten (vgl. das Beispiel der NichtnutzerInnen bezogen auf die Lieblingsfreizeitaktivität) reduziert werden.

Weiters muss erwähnt werden, dass die ursprüngliche Formulierung der Kultivierungshypothese nicht (!) von einer linearen Beziehung zwischen Nutzungshäufigkeit und Realitätssicht ausging (zumindest explizit). Die ursprüngliche Formulierung geht von einer monoton steigenden Funktion aus: Mehr Nutzung führt zu einem größeren Effekt. Es wurde nichts davon geschrieben, dass der Unterschied zwischen Nicht-NutzerInnen und 1-Stunden NutzerInnen gleich groß sein sollte wie zwischen 1-Stunden NutzerInnen und 2-Stunden NutzerInnen (lineares Modell). Die ursprüngliche Formulierung der Kultivierungshypothese impliziert streng genommen nur eine Rangreihe: Nicht-NutzerInnen < 1-Stunden NutzerInnen < 2 Stunden NutzerInnen. Es soll allerdings nicht verschwiegen werden, dass die meisten Kultivierungsstudien mit Pearson Korrelationen oder anderen linearen Modellen arbeiten. Die in diesen Studien gefundenen Effekte (vgl. hierzu Kapitel 2.1.1.4.) demonstrieren, dass sich ein linearer Anteil nachweisen lässt. Mit dieser Argumentation sollte klar herausgestrichen werden, dass die Nicht-Linearität eines gefundenen Kultivierungseffektes nicht (!) die Kultivierungshypothese widerlegt, sofern dieser streng monoton steigend ist.

Es könnte durchaus sein, dass es betreffend der Nutzungszeit einen gewissen Schwellenwert bedarf, dass sich ein Kultivierungseffekt zeigt (= Threshold-Hypothese, vgl. hierzu auch Kapitel 2.3.2.1). Nach Potter (1993) würde sich dies nachweisen lassen, indem man Korrelationen zwischen

der Nutzungshäufigkeit und der abhängigen Variable innerhalb einer jeden Nutzungskategorie rechnet. Zeigen sich bei Wenig-, Normal-, und VielseherInnen die gleichen Koeffizienten kann von einem linearen Anstieg ausgegangen werden. Ist etwa der Koeffizient bei VielseherInnen weitaus größer als bei Wenig- und NormalseherInnen, dann zeugt das von einem sprunghaften Anstieg. Folglich gibt es einen Knick im Anstieg in dieser Nutzungskategorie. Ist der Korrelationskoeffizient bei VielseherInnen weitaus kleiner (bzw. nähert sich 0 an), dann kann von einem Deckeneffekt ausgegangen werden.

5. *Mediennutzung: eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für einen Kultivierungseffekt?*

Potter (1991, 1993) wies darauf hin, dass nur symmetrische Zusammenhänge untersucht wurden, und asymmetrische Relationen nicht betrachtet wurden. Zur Illustration, was Potter unter einer asymmetrischen Relation versteht, brachte er folgendes (fiktives) Beispiel: Es werden Daten von 100 ProbandInnen erhoben, wobei davon 40 Personen eine hohe Nutzungshäufigkeit aufweisen. Von diesen 40 Personen zeigen wiederum 25 Personen hohe Kultivierungsurteile. In diesem Beispiel würde sich ein schwacher (symmetrischer) Effekt der TV-Nutzung zeigen (z.B., bivariate Pearson-Korrelation). Betrachtet man allerdings nur die Gruppe der 25 Befragten, welche hohe Kultivierungsurteile angeben, dann wird erkannt, dass diese Gruppe ausschließlich aus VielseherInnen besteht. Potter weist darauf hin, dass in diesem (fiktiven) Beispiel alle Personen Viel-NutzerInnen sein müssten, um ein hohes Kultivierungsurteil zu zeigen. Folglich wäre hier die TV-Nutzung eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für hohe Kultivierungsurteile: Im Beispiel gibt es 15 Personen, die zwar eine hohe TV-Nutzung zeigen, jedoch keine hohen Kultivierungsurteile.

Davis und Mares (1998) wendeten diese Überlegung auf den Kultivierungseffekt von Talk Shows an. Sie zeigten eine schwache bis mittelstarke Asymmetrie bezogen auf 11 von 14 Messwerten. So gaben beispielsweise unter VielnutzerInnen 56% eine hohe Einschätzung bezogen auf Schwangerschaft im Jugendalter an. Im Gegensatz dazu waren nur 20% derjenigen, die hohe Einschätzungen abgegeben haben, VielnutzerInnen. Folglich erwies sich die TV-Nutzung als stärkerer Prädiktor der Realitätswahrnehmung als umgekehrt: Hohe Ausprägungen auf der abhängigen Variable sind bei VielnutzerInnen wahrscheinlicher. Bei Nicht-NutzerInnen „streut“ die abhängige Variable stärker: Zwar gibt es auch Personen die ein hohes Kultivierungsurteil abgeben (= durch Drittfaktoren beeinflusst), jedoch ist das Muster nicht so gut vorhersagbar.

Eine weitere Überprüfung dieser Überlegung fehlt bislang (Rossmann, 2008, 53). Rossmann weist richtigerweise darauf hin, dass sich die Existenz von asymmetrischen Relationen leicht durch Drittvariablen erklären lassen kann. So führt sie in Anschluss an Potter`s Beispiel folgende Überlegung an: Es könnte sein, dass das Fernsehen (als notwendige Bedingung) nur gemeinsam mit einem hohen Grad an parasozialer Interaktion wirkt. Ist der Grad an parasozialer Interaktion niedrig, zeigt das Fernsehen keine Wirkung. In Potters Beispiel könnten sich etwa jene 25 Personen, die hohe Kultivierungsurteile abgeben durch einen hohen Grad an parasozialer Interaktion auszeichnen. Die 15 restlichen VielseherInnen, die keinen Effekt zeigen, könnten hingegen niedrig auf einer parasozialen Interaktionsskala scoren. Die weniger verbreitete Bezeichnung „asymmetrischer Zusammenhang“ könne nach Rossmann folglich durch das Konzept der Moderatorvariable (Baron & Kenny, 1986) erfasst werden. Eine Variable ist dann eine Moderatorvariable, wenn auf unterschiedlichen Stufen (z.B. parasoziale Interaktion: hoch/niedrig) der Effekt der unabhängigen Variable (Nutzungshäufigkeit) auf die abhängige Variable (Kultivierungsurteil) unterschiedlich ausfällt. Im zweifaktoriellen varianzanalytischen Design zeigt sich ein Moderatoreffekt in einer signifikanten Interaktion: Bei wenig TV-Nutzung gibt es keinen Unterschied hinsichtlich der Gruppen

niedrig versus hohem Grad an parasozialer Interaktion. Nur die Gruppe, welche hoch auf der Skala zur Messung der parasozialen Interaktion score, zeigt einen Anstieg des Kultivierungsurteils mit zunehmender TV-Nutzung. Bei denjenigen mit niedrigen Werten zeigt sich kein (oder ein geringerer) Unterschied zwischen Wenig- und VielnutzerInnen.

Das Konzept der Moderatorvariablen (wie auch andere Rollenkonzeptionen von Drittvariablen) kann asymmetrische Relationen erklären. Das grundlegende Phänomen bleibt jedoch bestehen: Der prozentuelle Anteil derjenigen VielnutzerInnen, welche „Medien-Antworten“ geben scheint höher zu sein als der prozentuelle Anteil derjenigen Nicht-NutzerInnen, die „Medien-Antworten“ geben.

Was kann die Tageszeitungs-Kultivierungsforschung aus der „klassischen Kritik“ gegenüber der TV-Kultivierungsforschung lernen? 10 erkenntnisleitende Schlussfolgerungen:

1. Um einen Kultivierungseffekt nachweisen zu können, müssen aus einer Inhaltsanalyse konkrete (evidenzbasierte) Kultivierungshypothesen abgeleitet werden.
2. Diese Kultivierungshypothesen beinhalten zwei Variablentypen:
  - a. (vermeintlich) unabhängige Variable: Nutzungshäufigkeit. Diese muss basierend auf der Inhaltsanalyse auf dem richtigen Aggregationsniveau spezifiziert werden (globale Nutzung oder Nutzung von Teilen der Inhalte).
  - b. (vermeintlich) abhängige Variable: die Realitätseinschätzung muss sich auf einen Teilaspekt der Wirklichkeit beziehen, welcher in der Inhaltsanalyse untersucht wurde.
3. Ein Zusammenhang im Querschnitt zwischen beiden Variablen muss nachgewiesen werden.

4. Auch nach der Kontrolle von Drittvariablen bleibt der Zusammenhang bestehen.
5. Die Mediennutzung muss einen kausalen Effekt zeigen.
6. Untersuchung von Moderatorvariablen: Der Kultivierungseffekt sollte auch in Subgruppen untersucht werden. Manche Subgruppen könnten einen stärkeren Effekt zeigen, wobei in diesem Fall die Mediennutzung als eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für einen Kultivierungseffekt gesehen werden kann.
7. Wenige konträre Ergebnisse sollen die Kultivierungshypothese nicht endgültig widerlegen, wenn die Großzahl der Befunde dafür spricht (= Gewicht der empirischen Evidenz).
8. Der Kultivierungseffekt wird als streng monoton steigend betrachtet, wobei es als zulässig erachtet wird mit linearen Modellen zu arbeiten. Diese Vorgehensweise hat sich in der Vergangenheit bewährt.
9. Die Reihenfolge der Datenerhebung kann einen Effekt haben. Um einen Kultivierungseffekt nachzuweisen ist es erforderlich die abhängigen Variablen vor der Mediennutzung zu erheben, bzw. die Medien vor der Erhebung der abhängigen Variablen nicht zu erwähnen.
10. Obwohl Kultivierungseffekte auf der Makroebene nachgewiesen werden können, wird es von einigen AutorInnen als sinnvoll erachtet, die Prozesse auf der Mikroebene zu untersuchen (Stichwort: Wahrnehmung und Interpretation der Inhalte).

### **2.1.1.3. Weiterentwicklung**

Wie bereits angedeutet wurde, blieben die ursprünglich formulierten theoretischen Annahmen nicht unwidersprochen. Der Ansatz wurde teils heftig kritisiert. Diese kritische Auseinandersetzung führte dazu, dass die Kultivierungstheorie (und damit auch die methodische Umsetzung von Kultivierungsstudien) erweitert wurde. Von zentraler Bedeutung erscheinen vor allem vier wesentliche

Erweiterungen: Definition verschiedener Effektebenen, Mainstreaming-Hypothese, Resonanz-Hypothese, Genrespezifische Effekte. Diese vier Punkte sollen nun besprochen werden.

### 2.1.1.3.1. Effektebenen

Anfänglich wurden die abhängigen Variablen in Kultivierungsstudien nicht gründlich kategorisiert. Wie die Forschungsergebnisse zu den kognitiven Grundlagen des Effekts zeigen (vgl. etwa Kapitel 2.2), war das ein Fehler. Hawkins und Pingree (1982, zitiert nach Hawkins, Pingree, & Adler, 1987) trafen als erste die notwendige Unterscheidung zwischen abhängigen Variablen, die (1) „eins-zu-eins“ ein Gegenstück in der Medienwelt besitzen und (2) „abgeleiteten“ Vorstellungen. So kann etwa der in der wirklichen Wirklichkeit existierende prozentuelle Anteil von Personen, welche in der Verbrechensbekämpfung tätig sind (Indikator: offizielle Statistik) mit der Medienwelt verglichen werden. Als Indikator für die Medienwelt dient eine Inhaltsanalyse die den Anteil erhebt. Werden BefragungsteilnehmerInnen nun nach dem Anteil dieser sozialen Kategorie gefragt, so besteht die Annahme, dass VielseherInnen den Anteil überschätzen, weil die soziale Kategorie in der Medienwelt überrepräsentiert ist. Folglich führt eine Überrepräsentation in der Medienwelt zu einer Überschätzung des Anteils. „First-order“-Effekt, bzw. *Kultivierungseffekt erster Ordnung*, setzte sich als Nomenklatur für diese Effektebene in der Kultivierungsforschung durch. Wichtig für diese Effektebene ist, dass keine Generalisierung und/oder Interpretation von Seiten der RezipientInnen notwendig ist. Zu den Effekten erster Ordnung gehören neben diesen *Anteilseinschätzungen* (engl.: „set-size estimates“) auch Einschätzungen bezüglich der *Wahrscheinlichkeit* (engl.: „probability estimates“; z.B., die bereits zitierte Gebner'sche Fragestellung nach der eingeschätzten Wahrscheinlichkeit selbst ein Opfer einer kriminellen Handlung zu werden).

Eine weitere Ebene behandelt abhängige Variablen, deren Ausprägungen von medialen Informationen „abgeleitet“ werden können. Klassisches Beispiel für diese Effektebene sind Einstellungen. Medien können ein Einstellungsobjekt wiederholt darstellen, bestimmte Attribute des Objektes hervorheben oder dieses auch selbst bewerten. RezipientInnen hören, lesen, oder sehen in diesem Fall nicht eine eins-zu-eins Entsprechung der abhängigen Variable in der Medienwelt. Vielmehr werden etwa Einstellungen durch die Summe vieler Inputs gebildet oder abgeändert. Diese Effektebene wird in der Kultivierungsforschung mit „second-order“ bezeichnet. *Effekte zweiter Ordnung* unterscheiden sich demnach von der ersten Ebene dadurch, dass sie keine eins-zu-eins Entsprechung in der Medienwelt haben. Natürlich, wenn etwa das Einstellungsobjekt in der Medienwelt konsistent und kumulativ mit dem Attribut „negativ“ bewertet wird, und die Einstellung in der Kultivierungsstudie eindimensional (positiv/negativ) erhoben wird, gibt es auch hier eine Art eins-zu-eins Entsprechung. Jedoch – und das ist wesentlich – gibt es daneben auch viele weitere Informationen (Attribute), die der Rezipient oder die Rezipientin hört, sieht, oder liest, und auf Basis dieser Informationen – so die theoretische Annahme – die Ansichten zweiter Ordnung bildet. Es sind hier auch indirekte Effekte der Nutzungshäufigkeit auf Variablen zweiter Ordnung möglich: So zeigen etwa Shrum et al. (2011), dass der Kultivierungseffekt auf Materialismus (= *proximaler Effekt*, engl.: „proximal effect“) den Kultivierungseffekt auf Lebenszufriedenheit (*distaler Effekt*, engl.: „distal effect“) mediatisiert. Eine ähnliche Hypothese gibt es auch in Bezug auf den Zusammenhang von Effekten erster und zweiter Ordnung. Auf diesen Punkt wird in Kapitel 2.2.1 eingegangen.

Auch der Kultivierungseffekt auf die Variable Angst, welcher in Kultivierungsstudien häufig untersucht wurde, wird von vielen AutorInnen als ein Effekt zweiter Ordnung bezeichnet. Hier sollte jedoch differenziert werden. Es sollte bei einer (kurzfristigen) emotionalen Reaktion auf ein Medienangebot (z.B. erlebte Angst bei der Rezeption eines Horrorfilms) nicht von Kultivierungseffekten gesprochen werden. Diese kurzfristigen Effekte sind für die Kultivierungsforschung nicht zentral (anders verhält sich die Tatsache, wenn Emotionen nicht als abhängige Variable, sondern als Moderator- oder Mediatorvariablen konzipiert werden, vgl. etwa Kapitel 3.1.2, oder wenn die

emotionale Reaktion Angst chronisch wird, vgl. Kapitel 2.2.4). Hingegen sind Variablen wie die bereits beschriebene Viktimisierungsangst (d.h. Angst selbst Opfer eines Verbrechens zu werden) stärker auf einer kognitiven Ebene angesiedelt (vor allem wenn sie als Wahrscheinlichkeitseinschätzungen abgefragt werden) und werden in Bezug auf den Medieneinfluss in einem eher längerfristigen Kontext betrachtet. Hier kann argumentiert werden, dass diese stark emotional eingefärbte Ansicht nicht eins-zu-eins im Content zu finden ist, sondern aus diesem abgeleitet werden muss.

Eine weitere Effektebene, welche jedoch in der Kultivierungsforschung wenig berücksichtigt wird, ist *Verhalten*. So untersuchten etwa Nabi und Sullivan (2001), ob TV-Nutzung nicht nur die Weltsicht (Effekte erster und zweiter Ebene, Thema: Kriminalität/Gewalt) kultiviert, sondern auch Verhalten (Intentionen Schutzmaßnahmen zu ergreifen). Dies verlässt eigentlich bereits die ursprüngliche Ausrichtung der Kultivierungsforschung, in welcher der Fokus auf Effekte erster und zweiter Ordnung gelegt wird und wurde.

Eine weitere Ebene, die erst unlängst in die Kultivierungsforschung eingeführt wurde, ist das Konzept der *impliziten Kultivierung* (Arendt, 2009, 2010; Northup, 2010). Es wird angenommen, dass Medieninhalte langfristige Effekte auf die *automatisch, affektiven Reaktionen* (= implizite Einstellungen) gegenüber einem Stimulus (Objekt, soziale Kategorie, etc.) haben können. Automatische, affektive Reaktionen werden bei der Betrachtung eines Stimulus unabhängig davon ausgelöst, ob die Person eine affektive Reaktion zeigen möchte. Die Relevanz dieser Effektebene ist einerseits darin begründet, dass explizite Einstellungen (self-report Daten) besser kontrolliertes Verhalten, hingegen implizite Einstellungen besser spontanes Verhalten vorhersagen (Gawronski & Conrey, 2004). Andererseits müssen Personen auch nicht die Fähigkeit oder die Motivation (Stichwort: sozial erwünschte Antworten, Selbstpräsentation) haben, ihre Einstellungen adequat mitzuteilen, da implizite Kultivierung über Reaktionszeiten gemessen wird. In den beiden zitierten Arendt-Studien wurde ein Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit einer spezifischen Tageszeitung (Krone) und den impliziten EU-Einstellungen nachgewiesen. Über die Anwendung eines Cross-Lagged-Panel-Designs konnten auch erste Hinweise



für einen kausalen Einfluss der Tageszeitung auf die implizite Effektebene dokumentiert werden. Diese Effektebene ist vielversprechend. Jedoch ist mehr Forschung von unabhängigen Forschungseinrichtungen notwendig.

### **2.1.1.3.2. Mainstreaming-Hypothese**

Neben der „across-the-board“-Kultivierung (d.h. alle Menschen werden gleichermaßen stark kultiviert, = Haupteffekt der Mediennutzung), theoretisiert die Mainstreaming-Hypothese einen unterschiedlichen Einfluss in verschiedenen Subgruppen einer sozialen Kategorie (= **Interaktionseffekt**). Dieser Effekt sollte sich insofern zeigen, dass sich sonst in ihrer Ansicht unterscheidende Subgruppen mit zunehmender TV-Nutzung immer mehr angleichen – folglich in einen „Mainstream“ münden. Um es mit Gerbner et al.’s (1980) Worten auszudrücken:

„The ‚mainstream‘ can be thought of as a relative commonality of outlooks that television tends to cultivate. By ‚mainstreaming‘ we mean the sharing of that commonality among heavy viewers in those demographic groups whose light viewers hold divergent views. In other words, differences deriving from other factors and social forces may be diminished or even absent among heavy viewers. Thus, in some cases we should only find evidence for cultivation within those groups who are ‚out‘ of the mainstream. In other cases, we may find that viewing ‚moderates‘ attitudes in groups whose light viewers tend to hold extreme views. But in all cases, more viewing appears to signal a convergence of outlooks rather than absolute, across-the-board increments in all groups.“ (15)

So zeigten Gerbner et al. (1980), dass sich WenigseherInnen mit niedrigem, mittlerem, und hohem Einkommen hinsichtlich der Ansicht „Angst vor Kriminalität ist ein sehr ernstes persönliches Problem“ unterschieden. So stimmten unter der Gruppe der WenigseherInnen 35% der Personen mit niedrigem, 16% der Personen mit mittlerem und 10% der Personen mit hohem

Einkommen dieser Aussage zu. Folglich gab es eine Differenz zwischen den Extremgruppen (niedrig/hoch) von 15 Prozentpunkten. Unter den VielseherInnen schrumpfte diese Differenz (niedrig: 33%, mittleres: 25%, hohes Einkommen: 26%) auf 7 Prozentpunkte. Die einzelnen nach der sozialen Kategorie „Einkommen“ kategorisierten Subgruppen hatten unter der Bedingung des Vielsehens eine homogenere Ansicht.

Das Mainstreaming-Konzept wurde einer Prüfung unterzogen (Gentles & Harrison, 2006; Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1982; Good, 2009; Jeffres et al., 2001; Morgan et al., 2009; Saito, 2007; Shanahan, 1998; Shanahan & Morgan, 1999; Shrum & Bischak, 2001; Van den Bulck, 2003; Weimann, 2000). Insgesamt konnte Mainstreaming bezogen auf ausgewählte Realitätsbereiche nachgewiesen werden. Jedoch gibt es auch Befunde, welche die Mainstreaming-Hypothese nicht unterstützen. Das Konzept wurde nach seiner Einführung heftig kritisiert: Es sei „mehrdeutig, unüberprüfbar und deshalb unwiderlegbar“ (Hirsch, 1981). Der radikalen Kritik von Hirsch soll nicht vollständig gefolgt werden. Fakt ist, dass die theoretischen Überlegungen der Mainstreaming-Hypothese die Kultivierungstheorie bereichern. Ein wesentliches Problem ist allerdings, dass ein Mainstreaming-Effekt in vielen Fällen erst post-hoc interpretiert wird. Es müsste a priori viel genauer spezifiziert werden unter welchen Bedingungen ein Mainstreaming-Effekt auftritt und unter welchen Bedingungen nicht. Weiters stellt sich die Frage unter welchen Bedingungen welche Spielart des Mainstreaming-Effekts auftritt (vgl. Shanahan & Morgan, 1999, 142). Die ursprüngliche Annahme von Gerbner et al. unterstellte lediglich einen Prozess der Homogenisierung (= Konvergenz von ursprünglich unterschiedlichen Personen). Welche Variablen hinsichtlich des Mainstreamings als Moderatoren agieren, wird nicht spezifiziert.

Die theoretischen Überlegungen erscheinen plausibel. Trotz der durchgeführten Studien steht die Forschung in Bezug auf Mainstreaming noch am Anfang, da nicht genau vorhergesagt werden kann, wann ein solches Muster auftreten sollte. In engem Zusammenhang mit dem Mainstreaming-Konzept steht das Resonanz-Konzept, welches im folgenden Kapitel behandelt wird.

### 2.1.1.3.3. Resonanz-Hypothese

Die Annahmen, welche der Resonanz-Hypothese zu Grunde liegen, sind folgende von Gerbner et al. (1980) geäußerten:

„When what people see on television is most congruent with everyday reality (or even perceived reality), the combination may result in a coherent and powerful ‚double dose‘ of the television world and real-life circumstances may ‚resonate‘ and lead to markedly amplified cultivation patterns.“ (10)

Zur Illustration präsentierten die AutorInnen den Kultivierungseffekt in Abhängigkeit der Variablen Geschlecht und Wohnort (Vorstadt/Stadt). Eine Frage, die im vorigen Kapitel in Bezug auf das Mainstreaming-Konzept bereits beschrieben wurde, wurde als abhängige Variable gewählt: Wenigsehende Männer (21%) und Frauen (20%) unterschieden sich nicht im Hinblick auf die Zustimmung zu dem Statement „Angst vor Kriminalität ist ein sehr ernstes persönliches Problem“. Hingegen gab es bei VielseherInnen einen Unterschied: Frauen (32%) zeigten hier mehr Zustimmung als Männer (25%). Ein ähnlicher Befund wird hinsichtlich des Faktors Wohnort präsentiert: Unter WenigseherInnen war der Unterschied zwischen Vorstadt-BewohnerInnen (19%) und Stadt-BewohnerInnen (26%) kleiner als unter VielseherInnen: Vorstadt (29%) und Stadt (46%).

Die AutorInnen erklären diesen Befund mit der Resonanz-Hypothese: Für Frauen (vs. Männer) und StadtbewohnerInnen (vs. VorstadtbewohnerInnen) ist die TV-Gewalt kongruenter mit der tagtäglich wahrgenommenen Realität. Eine tiefgehende Diskussion wie die AutorInnen zu dieser Annahme kommen, bleiben die AutorInnen dem Leser oder der Leserin jedoch schuldig. Gerbner et al. zielen aber darauf ab, dass Frauen eine höhere Viktimisierungsangst als Männer haben und dass aufgrund der höheren Kriminalität innerhalb von Städten dies auch auf Stadt-BewohnerInnen zutrifft (vgl. hierzu auch Doob & Macdonald, 1979). Folglich wird für Frauen und StadtbewohnerInnen angenommen, dass für diese TV-Gewalt salienter ist („this fear may be most salient to such respondents“). Im

Anschluss an dieses Konzept kann die Überlegung von Tapper (1995, vgl. Kapitel 2.2.4) gesehen werden, welcher annimmt, dass chronisch verfügbare Konstrukte die Aufmerksamkeitsschwelle für inhaltlich verwandte Reize senken.

Auch das Resonanz-Konzept wurde von Hirsch (1981) als „mehrdeutig, unüberprüfbar und deshalb unwiderlegbar“ abgestempelt. Die gleichen Argumente, die für oder gegen das Mainstreaming-Konzept sprechen, können auch hier angeführt werden. Die theoretischen Überlegungen sind jedoch auch hier einleuchtend. Damit die Resonanz-Erklärung aber nicht nur post-hoc zur Deutung von empirisch erhaltenen (den theoretischen Vermutungen konträr stehenden) Befunden dient, muss zukünftig genau vorhergesagt werden können, unter welchen Bedingungen das Resonanz-Phänomen auftritt. Man könnte ja auch vermuten, dass StadtbewohnerInnen schon eine höhere Angst vor Kriminalität haben, und dass VorstadtbewohnerInnen im Sinne des Mainstreaming-Konzeptes stärker kultiviert werden und in den Mainstream einer hohen Angst „gezogen“ werden. Dies macht deutlich, dass das Resonanz-Konzept genau das Gegenteil vom Mainstreaming-Konzept vorhersagt: Wird beim Mainstreaming-Konzept eine Homogenisierung angenommen, wird beim Resonanz-Konzept das genaue Gegenteil vorhergesagt. Wie Shrum und Bischak (2001) anmerken, könnte es sein, dass Mainstreaming unter gewissen Bedingungen auftritt (z.B. für gewisse abhängige Variablen wie etwa politische Orientierung und Meinungen) und Resonanz unter anderen (z.B. wenn die abhängigen Variablen Ängstlichkeit oder Wahrscheinlichkeitseinschätzungen beinhalten).

Es muss darauf hingewiesen werden, dass der Begriff „Doppeldosis“ eigentlich falsch gewählt wurde. Ein Resonanzeffekt zeichnet sich gerade dadurch aus, dass die Kongruenz der nicht-medialen Umwelt der befragten Personen mit der medialen Umwelt (z.B. hohe Kriminalität in der Nachbarschaft, hohe TV-Kriminalität) miteinander *multiplikativ* in Beziehung stehen. Im zweifaktoriellen varianzanalytischen Design zeigt sich ein Resonanz-Effekt als signifikanter Interaktionsterm: Würden StadtbewohnerInnen eine „Doppeldosis“ abbekommen („doppel“ impliziert eine additive Wirkung!), dann würde sich kein Interaktionseffekt zeigen, weil bei vielsehenden Vorstadt- und StadtbewohnerInnen der selbe Anstieg dazu addiert werden müsste. Der Anstieg

ist allerdings bei StadtbewohnerInnen, die theoretischen Gedanken bestätigend, größer.

Auch das Resonanz-Konzept ist eine wichtige theoretische Erweiterung der ursprünglichen across-the-board Perspektive. Das Problem liegt jedoch in dem fehlenden theoretischen Wissen um das Auftreten von Resonanz (oder Mainstreaming) korrekt vorhersagen zu können.

#### **2.1.1.3.4. Genrespezifische Effekte**

Wie bereits erwähnt ging die Gerbner Gruppe davon aus, dass über alle Genres und Sendungen hinweg die gleichen Botschaften präsentiert werden. Da alle größeren Sender (damals gab es noch nicht eine derart große Anbietervielfalt, man sprach in den USA von den „Big Three“: CBS, NBC und ABC) innerhalb des selben gesellschaftlichen Systems und den selben Marktbedingungen operier(t)en, sollte dies zu relativ einheitlichen Botschaften betreffend Teilaspekten der sozialen Wirklichkeit führen. Auch Unterschiede zwischen fiktionalen und nonfiktionalen Inhalten spielten für Gerbner et al. im Prozess der Kultivierung keine Rolle: „fact and fable play equally significant and interrelated roles“ (Gerbner, 1969, 142). Zurecht weist Rossmann (2008, 101) jedoch darauf hin, dass die Gerbner Gruppe in ihren Inhaltsanalysen nur Ausschnitte der TV-Welt untersucht hat: Zur Prime-Time, im Spätabend und am Wochenende (auch tagsüber) wurden „dramatic programs“ (z.B., Filme, Cartoons, Sitcoms, Shows) analysiert. Somit gestattet die Erhebung der allgemeinen Fernsehnutzung eigentlich keine eins-zu-eins Kopplung an die inhaltsanalytischen Daten. Die Gerbner Gruppe analysierte damit lediglich Unterhaltungssendungen.

Rossmann (2008, 160) fasst den Stand der Forschung wie folgt zusammen:

„Insgesamt zeigt sich, dass die Annahme nonselektiver Fernsichtnutzung, wie Gerbner et al. sie propagierten, nicht mehr haltbar ist. Gestiegenes Kanalangebot und technische Neuerungen wie Video-, DVD-Recorder etc. haben die Fernsehgewohnheiten der Zuschauer verändert und ihre Selektionsmöglichkeiten erhöht. Es wird nicht nur mehr ferngesehen, sondern auch zu anderen Zeiten. Auch wird das Fernsehrepertoire aus mehr Kanälen zusammengestellt. Das Fernsehpublikum als passiv rezipierende Masse ist obsolet: Die durch das geringe Angebot bedingte nonselektive Konsumhaltung ist zu großen Teilen einer aktiven und selektiven Rezeptionshaltung gewichen. Zunehmend ließen sich interindividuelle Unterschiede in den Nutzungsmustern der Zuschauer feststellen. Beim Einzelnen bleiben diese jedoch relativ konstant. Auch im Fernsehnutzungsverhalten von Vielsehern schlugen sich diese Veränderungen nieder. Zwar scheint es nach wie vor Vielsehern zu geben, die sich passiv von einer Vielzahl unterschiedlicher Sendungen berieseln lassen, doch sind diese in der Minderheit. Die meisten Vielsehern präferieren und nutzen ganz bestimmte Genremenus – genauso wie Zuschauer mit einer geringeren Fernsehnutzungsdauer.“

Die Untersuchung von Kultivierungseffekten *des* Fernsehens erscheint lohnenswert, jedoch nur dann, wenn auf Basis inhaltsanalytischer Evidenz argumentiert werden kann, dass ein Teilaspekt der sozialen Wirklichkeit über alle Genre- und Sendungsgrenzen hinweg konsistent und kumulativ „gleich“ dargestellt wird. Folglich kann nicht a priori entschieden werden, welches Aggregationsniveau gewählt werden muss. Nur die Inhaltsanalyse kann zeigen auf welcher Aggregationsebene (Overall, Genre, Sendung, Serie, usw.) Kultivierungseffekte untersucht werden müssen bzw. können. Die Gerbner Gruppe hielt allerdings auch noch im neuen Jahrtausend an der Aggregationsebene der Overall-Nutzung fest. Das axiomatische Festhalten an dieser Sichtweise erscheint problematisch. Zu der Unhaltbarkeit der generalisierenden (!) Annahme eines homogenen Contents und einer nonselektiven Nutzung siehe auch Bilandzic und Rössler (2004, vgl. auch Kapitel 2.2.7).

## 2.1.1.4. Meta-Analysen

Es gibt Studien, welche die Ergebnisse von Kultivierungs-Einzelstudien mit einer meta-analytischen Vorgehensweise systematisch zusammenfassen. Shanahan und Morgan (1999) bedienten sich einer quantitativen Zugangsweise: Sie verrechneten auf statistischem Weg die Effektgrößen, die in den Einzelstudien gefunden wurden, und errechneten so eine „durchschnittliche“ Effektgröße des Kultivierungseffektes. Vorteil dieser Methode ist, dass auf Messen basierend gearbeitet wurde und somit „objektiv“ ein Überblick über die Forschung gegeben werden konnte. Ein Nachteil ist, dass zwar die Verrechnung von Effektgrößen objektiv erfolgte (aber auch hier müssen Entscheidungen bei der Verrechnung der Effektgrößen getroffen werden – somit fließt auch hier immer ein gewisses subjektives Moment mit ein), sich jedoch die Frage stellt, ob es zulässig ist Studien, die verschiedene thematische Bereiche mit unterschiedlichen Erhebungsmethoden in unterschiedlichen kulturellen Kontexten bearbeiten, miteinander zu kombinieren. Hier werden zwar keine „Äpfel mit Birnen“ zusammengezählt, wohl bleibt aber ein kleiner Rest an Unsicherheit in Bezug auf die Interpretation des gefundenen „durchschnittlichen“ Effektes.

Die zweite Studie, von Rossmann (2008) durchgeführt, bediente sich eines anderen Ansatzes. Sie sichtete Kultivierungsstudien und bearbeitete sie auf eine eher qualitative Art und Weise indem sie die Einzelstudien zusammenfasste und anschließend ihre Argumentation darauf aufbaute. Folglich ist das Resultat nicht eine „durchschnittliche“ Effektgröße wie bei Shanahan und Morgan (1999), sondern ein Befund, ob die Kultivierungshypothese eher in der Mehrzahl der Studien nachgewiesen werden konnte, oder nicht.

Die Herangehensweise beider Studien hat Vor- und Nachteile, wobei sie sich zusammen ergänzen. Nun sollen beide Arbeiten vorgestellt werden.

## Meta-Analyse von Shanahan und Morgan (1999)

Shanahan und Morgan (1999) begannen ihre Meta-Analyse indem sie alle Kultivierungsstudien ab 1976 (damals wurde die Pionierstudie publiziert) sammelten. Ein Kultivierungseffekt wurde einfach als statistischer Zusammenhang zwischen der TV-Nutzungshäufigkeit und einer abhängigen Variable definiert (z.B. bezogen auf Viktimisierungsangst). Aus 97 Studien konnten 5799 Effektgrößen codiert werden (in Einzelstudien wurden mehrere Effekte berichtet). Die mittlere Effektgröße beläuft sich ausgedrückt als bivariate Pearson-Korrelation auf  $r = .10$ . Der mittlere partielle Korrelationskoeffizient, welcher den Einfluss von Drittvariablen herausrechnet, beläuft sich auf  $r_p = .09$ .

Die Autoren schließen die Betrachtung der „durchschnittlichen“ Größe des Kultivierungseffektes mit: „Thus, it might make sense to conclude at this point that the cultivation literatur has demonstrated that there is a small positive relationship between beliefs about the world and exposure to television. This is more or less what most cultivation reviews – friendly, hostile or mixed – have concluded“ (114). Somit handelt es sich beim Kultivierungseffekt um einen Effekt, der im Sinne der Varianzaufklärung (ca. 1%) als klein betrachtet werden muss. Die Autoren argumentieren jedoch, dass man keinen größeren Effekt erwarten dürfe: Selbst die oft verwendeten Variablen Alter, Einkommen, und Bildung würden meistens nie höhere Korrelationen als  $r = .30$  zeigen, wobei sie typischerweise ein  $r = .15$  bei Kultivierungsurteilen zeigen: „So even variables that are commonly thought to be powerful predictors do not reveal very high correlations. This is due to the random nature of human behavior and the vagaries of measuring such phenomena; there is a lot of variance we simply can't, and never will, explain. Cultivation theory certainly accepts, and common sense predicts, that TV viewing will play a smaller statistical role than major demographic variables“ (121).

Die Autoren werteten die Daten auch im Hinblick auf verschiedene abhängige Variablen aus (Kriminalität, Mean World, Angst, Geschlechterrollen, politische Einstellungen, usw.). Es zeigte sich wenig Variation in Bezug auf die Effektgröße. Folglich scheint der gewählte Teilaspekt der sozialen Wirklichkeit (d.h. die



gewählte abhängige Variable innerhalb der Kultivierungsstudie) den Kultivierungseffekt nicht zu moderieren.

Die Autoren konnten auch keine Moderatorrolle der Variablen Geschlecht und Bildung (Bildung der Eltern bei Kindern und Jugendlichen) nachweisen. Es zeigten sich jedoch leichte Tendenzen (aber Vorsicht: keine signifikanten Unterschiede!) insofern, dass ältere Personen (welche nicht mit dem Fernsehen aufgewachsen sind), Weiße (im Vergleich zu Nicht-Weißen) und Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen einen etwas stärkeren Effekt zeigen. Am meisten erscheint noch die Variable politische Einstellung als Moderatorvariable: Bei Liberalen ist die Effektgröße am stärksten. Jedoch gibt es keinen Hinweis auf einen starken moderierenden Einfluss einer Variable.

Es gibt auch keine wesentlichen Unterschiede im Hinblick auf die Effektgröße zwischen Studien, die innerhalb der Kerngruppe (rund um Gerbner) oder außerhalb dieser durchgeführt wurden. In der Tat ist der Effekt bei den Studien der Kerngruppe sogar leicht geringer. Es macht scheinbar auch keinen Unterschied, wie die unabhängige Variable gemessen wurde (Overall-Nutzung, Tagebuch-Methode, Genre-Nutzung, usw.). Zudem erscheinen die Effektgrößen in Studien mit kleineren Stichprobengrößen stärker.

Im Hinblick auf die Reihenfolge der Datenerhebung (abhängige oder unabhängige Variable zuerst) zeigen die Autoren, dass eine Sensibilisierung der BefragungsteilnehmerInnen durch die Erhebung der Nutzungshäufigkeit vorher sogar einen etwas stärkeren Effekt produziert. Dieses Ergebnis ist allerdings mit Vorsicht zu genießen, weil nur 8 Fälle der „Sensibilisierungs-“ (= Priming) Bedingung im Vergleich zu 34 Fälle der No-Priming-Bedingung untersucht werden konnten. Zudem ist der gefundene Unterschied (durchschnittlicher Effekt: Priming-Bedingung = .116, No-Priming-Bedingung = .079) relativ klein. Dieser Befund ist relevant für das Modell von Shrum (vgl. Kapitel 2.2.2) and somit auch für Studie 3 des Forschungsprojektes der Dissertation, welche in Kapitel 3.2.1 dokumentiert ist. Auf diesen Aspekt wird an gegebener Stelle eingegangen.

Die Daten der Meta-Analyse zeigen weiters, dass sich die Effektgrößen etwas reduzieren, wenn Drittvariablen kontrolliert werden: „What is more clear is that relationships between TV viewing and other dependent variables are partially explained by demographic factors, as would be expected. But the data still show that exposure to television’s messages plays a small but persistent and meaningful role in people’s understandings of social and political issues“ (135). Morgan et al. (2009) ergänzen: „This is not a statistically huge effect, but ‚small effects‘ often have significant repercussions. It takes but a few degrees shift in the average temperature to bring about an ice age or global warming. (...) Thus, a slight but pervasive shift in the cultivation of common perspectives may alter the cultural climate and upset the balance of social and political decision-making.“ (38)

### **Meta-Analyse von Rossmann (2008)**

Wie Rossmann (2008) festhält, macht es die „unüberschaubare Masse an Kultivierungsstudien“ (65) notwendig, die Stichprobe einzugrenzen. Als Kriterium wurde definiert, dass die Studie in einer der 10 „wichtigsten“ Fachzeitschriften (nach Rang innerhalb des „Essential Science Indicators“ der sozialwissenschaftlichen Fachzeitschriften) oder in einer von fünf europäischen/deutschsprachigen Fachzeitschriften veröffentlicht worden sein muss. Auch bei Rossmann wurde 1976 als Startdatum gewählt.

Es wurden 109 Studien untersucht. Anstatt quantitative Kennzahlen zu codieren, wurden die relevanten Merkmale (theoretische Basis, Untersuchungsland, Untersuchungsthema, Inhaltsanalyse oder theoretische Fundierung der Kultivierungsannahme, Methode, unabhängige und abhängige Variablen, Drittvariablen) jeder Studie tabellarisch in Textform erfasst.

Am häufigsten wurde der Realitätsbereich „Gewalt, Verbrechen, Mean World“ ( $n = 38$ ) gefolgt von politischen Einstellungen ( $n = 11$ ) und Wertvorstellungen ( $n = 8$ ) untersucht.

Entscheidend ist die Frage, ob sich der Kultivierungseffekt in den Studien größtenteils nachweisen lässt: „Kurz zusammengefasst lässt sich festhalten, dass dies in großer Mehrheit der Fälle der Fall ist. Insgesamt 89 der 109 Studien (= 82% der Studien) finden signifikante Zusammenhänge, die der Kultivierungshypothese entsprechen. Dieser Schnitt ändert sich auch im Zeitverlauf nicht“ (73). Rossmann weist zurecht darauf hin, dass es durchaus sein kann, dass eher Manuskripte zur Veröffentlichung eingereicht worden sind, in welchen signifikante Ergebnisse gefunden wurden: „Doch auch wenn man die Dunkelziffer der Studien berücksichtigt, die in akademischen Schubladen landen, darf man bei dieser deutlichen Überzahl an Studien mit signifikanten Ergebnissen doch annehmen, dass es Kultivierungseffekte gibt. Diese sind jedoch klein und unterliegen einer Vielzahl an Einschränkungen“ (75, Rossmann bezieht sich betreffend der „Einschränkungen“ auf die Kritikpunkte der „klassischen“ Kritik, vgl. Kapitel 2.1.1.2).

## Zusammenfassung und Ausblick

Es kann angenommen werden, dass das Fernsehen das Weltbild der SeherInnen kultiviert. Der Effekt ist im statistischen Sinn relativ schwach im Hinblick auf die Varianzaufklärung. Gesellschaftspolitisch muss aber auch ein relativ schwacher Effekt auf das „kulturelle Klima“ als bedeutend gesehen werden.

Bis jetzt wurde der Effekt innerhalb dieses Textes nur *beschrieben*, er wurde nicht *erklärt*. Neuere Strömungen innerhalb der Kultivierungsforschung versuchen genau Letzteres. Es wird argumentiert, dass die Kenntnis der Prozesse, welche im Kultivierungsprozess ablaufen, bzw. zu diesem führen, mehr Sicherheit im Hinblick auf die ursächliche Zuschreibung der meistens im Querschnitt gefundenen Effekte ermöglicht. Kapitel 2.2 widmet sich ausgiebig dieser Forschungstradition. Bevor wir uns jedoch den kognitiven Grundlagen des Effekts widmen, wenden wir uns dem Kultivierungseffekt von Tageszeitungen zu.

## 2.1.2. Kultivierungseffekt von Tageszeitungen

Bis jetzt wurden ausschließlich Ergebnisse der TV-Kultivierungsforschung berichtet. Zahlenmäßig ist die TV-Kultivierungsforschung der Tageszeitungs (TZ)-Kultivierungsforschung weit überlegen. Weit weniger Studien untersuchten speziell und fokussiert die TZ-Kultivierung. Ergänzend hierzu gibt es Studien, die eigentlich TV-Kultivierung untersuchten, jedoch „nebenbei“ auch die TZ-Nutzung erhoben. Bevor wir uns diesen Studien widmen, soll noch auf die Unterschiede (und Gemeinsamkeiten) zwischen den Massenmedien Fernsehen und Tageszeitung *kursorisch* eingegangen werden sofern die Merkmale für die Kultivierungsforschung als relevant erachtet werden (vgl. Kapitel 2.3.1 für eine anschließende Diskussion).

### 2.1.2.1. Unterschiede zwischen der Tageszeitung und dem Fernsehen

Bauer (2005) befasste sich mit dem Unterschied zwischen Tageszeitungen und Fernsehen im Rahmen einer TZ-Kultivierungsstudie. Die Diskussion bezieht sich schwerpunktmäßig auf eine Pro/Contra Diskussion eines kontroversiellen Themas. Die Argumentation hat Hypothesencharakter. Folgende Punkte wurden erwähnt:

- Studien über Wahlkampagnen zeigen, dass Tageszeitungen zu einem früheren Zeitpunkt „effektiver“ sind, das Fernsehen zu einem späteren Zeitpunkt: Tageszeitungen greifen Themen zuerst auf und veröffentlichen Berichte anfänglich tendenziell weiter hinten im Blatt. Später „wandert“ das Thema weiter nach vorne, manchmal bis auf die Titelseite. Dann

steige typischerweise das Fernsehen ein. Neue Themen (z.B. Biotechnologie) erreichen demnach die Bevölkerung zuerst über (Qualitäts-) Zeitungen: „Newspapers raise an issue, television spreads awareness“ (69). NichtleserInnen werden zu einem späteren Zeitpunkt mit ähnlichen Argumenten wie LeserInnen konfrontiert. Das sollte den Unterschied zwischen Nicht- und LeserInnen vermindern (kleinerer Kultivierungseffekt).

- Global verbreitete (bewegte) Bilder dominieren das Fernsehen. Tageszeitungstexte beinhalten mehr Diversität.
- Mehrere Artikel produzieren Redundanz.
- Das Fernsehen wird oft zur Entspannung genutzt und wird häufig mit einer geringeren Aufmerksamkeit rezipiert.
- TZ-LeserInnen können die Lesegeschwindigkeit und die Re-Reads (= das wiederholte Lesen einer Passage) besser kontrollieren (beispielsweise aus dem Grund um den Inhalt besser zu verstehen; zielt auf die „Nicht-Linearität“ der TZ-Nutzung ab).
- In der TZ sind die einzelnen Bestandteile besser getrennt. Dies sei übersichtlicher.
- TZ berichten mehr über den historischen Kontext und erklären mehr (Hintergrund-Berichterstattung).
- Fernsehen wird durch die Gesetze der Bilder diktiert („image-driven“). Bilder kontrollieren die Aufmerksamkeit, die Gedächtnisleistung, und den Arousal (= unspezifische, physiologische Erregung; vgl. Kapitel 3.1.2), und sind „stärker“ als geschriebene Argumente.
- TZ-LeserInnen haben mehr Kontrolle über den Prozess der Informationsaufnahme.
- TZ-LeserInnen sind besser informiert.

Auf Basis dieser Punkte vermutet Bauer (2005) folgendes:

„Increased redundancy, pervasive coverage, and in-depth processing among newspaper readers suggest stronger effects, while issue flow, reader autonomy and diversity of contents attenuate effects. On balance, this suggests effect sizes lower than those expected for television viewing.“ (70)

Die Punkte, die Bauer anschneidet, könnten tatsächlich für eine differente Größe des Kultivierungseffekts bei Tageszeitungen verantwortlich sein. Jedoch muss darauf hingewiesen werden, dass Bauer den Kultivierungseffekt von Qualitätszeitungen untersuchte. Er schränkte seine Aussage zwar nicht auf diese Tageszeitungen ein, jedoch können sich einige Punkte bei Boulevardzeitungen (aber nicht nur bei diesen!) ganz anders verhalten. So könnte etwa die emotionalisierte Berichterstattung über einen Skandal (z.B. Thema Biotechnologie) von LeserInnen einer Boulevardzeitung zur (ent)spannenden Unterhaltung und nicht so sehr zur Informationssteigerung gelesen werden.

Ein weiterer Unterschied, der unter anderem von Gerbner und Kollegen selbst bereits angeschnitten wurde, muss hervorgehoben werden: Tageszeitungen verbreiten vor allem auf Fakten basierende Informationen, während im Fernsehen vor allem fiktionale Inhalte dominieren. Gerbner selbst sah in der Unterscheidung des Merkmals Fakt/Fiktion keine Moderatorrolle: „fact and fable play equally significant and interrelated roles“ (Gerbner, 1969, 142). Aber auch hinsichtlich dieses Merkmals kann keine absolute Dichotomisierung stattfinden: So finden sich etwa in Qualitäts- und Boulevardzeitungen Cartoons und Karikaturen, und im Fernsehen natürlich auch „wirkliche“ Fakten in der Form von Nachrichten (im Gegensatz zu den fiktiven „Fakten“, welche durch den gegenständlichen Realismus des Fernsehens erzeugt werden; vgl. Kapitel 2.1.1.1). Auch hier ist folglich der Unterschied zwischen TV und TZ nur graduell. Jedoch gibt es Anzeichen dafür, dass der Realitätsgrad, welcher aus der Unterscheidung Faktual-Fiktional folgt, eine moderierende Größe im TV-Zusammenhang ist: TV-Inhalte mit hohem Realitätsgrad zeigen tendenziell stärkere Kultivierungseffekte (vgl. Kapitel 2.2.5, oder Rossmann, 2008, 140).

Folglich muss eingesehen werden, dass eine exakte Bestimmung der Unterschiede im Sinne einer eindimensionalen Dichotomisierung betreffend als relevant erachteter Merkmale nicht stattfinden kann. Die Merkmale, welche in diesem Kapitel angeführt wurden, können nicht als Beleg für die theoretische Vermutung hergenommen werden, dass Tageszeitungen einen geringeren Kultivierungseffekt produzieren. Letztendlich ist dies eine empirische Frage, die etwa bei Grabe und Drew (2007) angesprochen wurde (vgl. Kapitel 2.1.2.2).

## 2.1.2.2. Empirische Ergebnisse

Es gibt bis jetzt noch keine umfangreiche Review über den Stand der Forschung bezüglich der kultivierenden Wirkung von Tageszeitungen. Zwar wird in einigen der bisher durchgeführten Studien die Forschung kurz angeschnitten, jedoch fehlt eine systematische Aufarbeitung. Zu diesem Zweck wurden empirische Studien gesucht, die (1) Kultivierung als Konzept innerhalb der theoretischen Argumentation beinhalten (operational: Kultivierung als Konzept wird zitiert) und die (2) mindestens einen TZ-Kultivierungseffekt ausweisen (ein „Mediennutzungs-Index“, in welchen die Tageszeitungen *auch* eingehen, ist zu wenig). Diese Suche wurde über wissenschaftliche Datenbanken, über allgemeine Suchmaschinen und über die Durchforstung der Referenz-Sektionen der Artikel durchgeführt.

Für jede Studie wurde Folgendes festgehalten: Thema, ob eine Inhaltsanalyse durchgeführt wurde oder ob auf inhaltsanalytische Evidenz verwiesen wurde, die Erhebungsart der unabhängigen Variable (Nutzung), der für die abhängige Variable gewählte Realitätsbereich, die Ergebnisse, und ob die Studie methodisch „sauber“ durchgeführt wurde. Bezüglich des letzten Punktes wurde ein *Best-Practice-Kriterium* definiert. Einer Studie wurde das BP-Siegel dann verliehen, wenn sie alle vier der folgenden Muss-Kriterien erfüllt (diese wurden auf Basis bisheriger Forschungsergebnisse und der „klassischen“ Kritik erstellt, vgl. Kapitel 2.1.1):

1. *Inhaltsanalyse*: Eine IA wurde selbst durchgeführt oder es wurde auf inhaltsanalytische Evidenz verwiesen.
2. *Evidenz-basierte Kultivierungshypothese*: Aus den Ergebnissen einer Inhaltsanalyse wurde eine Kultivierungshypothese abgeleitet. Ein angemessenes Aggregationsniveau wurde berücksichtigt.
3. *Kultivierungsanalyse*: Die Kultivierungshypothese wurde in einer Kultivierungsanalyse (z.B. im Rahmen einer Befragung) überprüft.

4. *Nachvollziehbarkeit/Dokumentation*: es ist ausreichend dokumentiert, wie Variablen erhoben wurden und wie die Daten ausgewertet wurden.

Kleinere Mängel oder Ungereimtheiten blieben unberücksichtigt. Es muss darauf hingewiesen werden, dass dieses Siegel nichts über die gesamte Qualität der Studie aussagt! Das Siegel bezieht sich einzig und allein auf die Kultivierung von Tageszeitungen: Da mehrere Studien eigentlich die Kultivierung des Fernsehens untersuchten und Tageszeitungen nur „nebenbei“ mit erhoben, ergibt sich, dass diese Studien oft keine BP-Studien im Kontext der Tageszeitungskultivierungsforschung sind. Das heißt aber nicht, dass diese Studien grundsätzlich suboptimal sind!

Es ist durchaus möglich, dass sich innerhalb der „unüberschaubaren Masse an Kultivierungsstudien“ (Rossmann, 2008, vgl. Kapitel 2.1.1.4) noch vereinzelt Studien finden, welche Tageszeitungen „nebenbei“ auch als unabhängige Variable erhoben haben. Wie aber noch argumentiert wird, ist der Erkenntniswert dieser „Nebenbei“-Studien eher begrenzt, sodass diese nicht ins Gewicht fallen. Sonst wurden nach der Kenntnis des Autors alle Studien erfasst, welche den Fokus speziell auf Tageszeitungen legten. Damit ist das Vorgehen dieses Reviews nahe an dem Vorgehen von Rossmann (2008, vgl. Kapitel 2.1.1.4) anzusiedeln.

Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse des Literatur-Reviews. Sogar bereits in der Pionierstudie von Gerbner und Gross (1976) wurde „news reading“ ausgewiesen – jedoch als potentielle Moderatorvariable: Es wurde gezeigt, dass Personen die Tageszeitungen lesen auf die Frage „Kann man den meisten Menschen vertrauen?“ generell weniger mit „Man kann nie vorsichtig genug sein“ antworteten als Personen, die keine Tageszeitung lesen. Zusätzlich zeigt sich innerhalb der Gruppen der NichtleserInnen und LeserInnen, dass *VielseherInnen* eher die „Fernseh-Antwort“ gaben als *WenigseherInnen*. Natürlich könnte man die Etikettierung der Variablen umdrehen und die Fernsehnutzung als Moderatorvariable und die Tageszeitungs-Nutzung als unabhängige Variable betrachten. Dies ist von den Autoren jedoch nicht intendiert, daher ist diese Studie in Tabelle 1 nicht angeführt



Tabelle 1

## Kultivierungsstudien mit der Berücksichtigung von Tageszeitungen

Zitation	Thema	TZ-Nutzung			Abhängige Variable	Effekt	Best-Practice
		IA					
Doob & Macdonald (1979)	Kriminalität	-	generell	persönliches Risiko selbst Opfer zu werden	-	-	
Stroman & Seltzer (1985)	Kriminalität	-	generell	Ursachen von und Angst vor Kriminalität	+	-	
Reimer & Rosengren (1990)	Werte	-	generell, themenspezifisch	Materialismus, Postmaterialismus, A comfortable life, Inner harmony	+	-	
Chiricos, Eschenholz, & Gertz (1997)	Kriminalität	+	generell	Viktimisierungsangst	-	+	
Reber & Chang (2000)	Kriminalität	+	generell, themenspezifisch	Mean World, Angst vor Kriminalität	+	-	
Vergeer, Lubbers, & Scheepers (2000)	Kriminalität	+	spezifisch	ethnisch. Minderheiten als Bedrohung für die Gesellschaft	+	+	
Guo, Zhu, & Chen (2001)	Kriminalität	+	spezifisch	Mean World, Angst vor Kriminalität, Häufigkeit von kriminellen Handlungen	+	+	
Shrum & Bischak (2001)	Kriminalität	-	generell	Realitätseinschätzungen bezüglich gewalthaltiger Kriminalität	-	-	
Dowler (2003)	Kriminalität	-	generell	Angst vor Krim., Effektivität der Polizei, Härte der Bestrafung für Täter	-	-	
Gross & Aday (2003)	Kriminalität	+	generell	Angst vor Kriminalität, Risiko vor bestimmten kriminellen Handlungen	-	+	
Romer, Jamieson, & Aday (2003)	Kriminalität	-	generell	persönliches Risiko, Kriminalität als wichtiges Problem	+	-	
Hicks & Lee (2004)	sex. Ausrichtung	-	generell	Anti-Gay Einstellung	+	-	
Nisbet & Wang (2004)	Gewerkschaften	+	generell, themenspezifisch	Einstellung gegenüber Gewerkschaften	-	+	
Bauer (2005)	Biotechnologie	+	spezifisch	„perceptual distance“ zwischen roter (Medizin) und grüner (Landwirtschaft) Biotechnologie	+	+	
Grabe & Drew (2007)	Kriminalität	+	generell, themenspezifisch	eine Reihe von 1st order Variablen, Wahrscheinlichkeit selbst Opfer zu werden, schützendes Verhalten	+	+	
Arendt (2008)	EU	+	spezifisch, ressortspezifisch	EU-Einstellung, Einstellung zum Vertrag von Lissabon	+	+	
Besley (2008)	Werte	-	generell	Konservatismus, Ich-Erhöhung	+	-	
Arendt (2009)	EU	+	spezifisch	explizite und implizite Einstellung	+	+	
Higgins (2009)	Kriminalität	+	spezifisch	Angst vor Kriminalität	n.g.	-	
Arendt (2010)	EU, Kriminalität	+	spezifisch	explizite und implizite EU-Einstellung, Realitätseinschätzung (Anteil einer überrepräsentierten sozialen Kategorie an allen Tatverdächtigen)	+	+	
Brewer & Ley (2010)	DNA	+	generell	eingeschätztes Wissen über DNA, unterstützende und abschwächende Wirkung von DNA-Evidenz in Verhandlungen, Unterstützung einer nationalen DNA-Datenbank	+	+	
Hetsroni (2010)	Inland (ökonomische Krise)	+	generell, spezifisch	Realitätseinschätzungen und Einstellung zu Inland	+	+	
Niederdeppe, Fowler, Goldstein, & Pribble (2010)	Krebsprävention	+	generell	fatalistische Sicht auf Krebsprävention (= Pessimismus + Konfusion)	-	+	

IA = eine Inhaltsanalyse wurde selbst durchgeführt oder es wurde auf inhaltsanalytische Evidenz verwiesen. Die Beweisführung muss in Bezug auf TZ erfolgen. Die generalisierende Feststellung „in den Medien“ wird Realitätsbereich X auf eine spezifische Art und Weise dargestellt ist zu wenig.

TZ-Nutzung = Die Tageszeitungs-Nutzung kann auf mehrere Arten erhoben worden sein (unterschiedliches Aggregationsniveau): generell = overall-Nutzung, d.h. ob TZ gelesen werden (egal welches spezifische Produkt); spezifisch = ein oder mehrere spezielle Produkte wurden untersucht; ressortspezifisch = die Nutzungshäufigkeit eines bestimmten Ressorts (z.B. Leserbriefe) innerhalb eines spezifischen Produktes wurde untersucht; themenspezifisch = die Aufmerksamkeit gegenüber eines spezifischen Themas (z.B. „attention to crime coverage“, auch „reading local news“ wenn sich dies nicht auf ein spezielles TZ-Produkt bezieht) wurde erhoben; themenspezifisch bezieht sich nicht auf ein spezielles TZ-Produkt.

Effekt = ein „+“ bedeutet, dass die Nutzungshäufigkeit mit mindestens einer der untersuchten abhängigen Variablen signifikant korreliert. Ein „-“ bedeutet, dass dies nicht der Fall war, d.h. dass kein Zusammenhang nachgewiesen werden konnte. „n.g.“ bedeutet „nicht gerechnet“, was soviel bedeutet, dass keine als Kultivierungseffekt interpretierbare Korrelation (oder Mittelwertunterschied) gerechnet wurde. Es wurde nicht darauf Rücksicht genommen, ob die überprüften Zusammenhänge auch tatsächlich evidenzbasiert sind. Hier wurde der Interpretation der AutorInnen gefolgt. Wenn Drittvariablen kontrolliert wurden, dann wurde für die Interpretation der (Nicht-)Existenz eines Kultivierungseffektes dieser Koeffizient gewählt.

Best-Practice = vgl. Fließtext

23 Studien gingen in das Literatur-Review ein. Anfänglich dominierte das Thema Kriminalität. Bis auf eine Studie, behandelte bis 2004 jede Studie den Themenblock Kriminalität/Mean World/(Viktimisierungs-)Angst. Auch die TV-Kultivierungsforschung konzentrierte sich anfänglich auf die Auswirkungen von TV-Gewalt. Ab 2004 erfolgte eine *multithematische Ausrichtung* (verspätet im Vergleich zur TV-Kultivierungsforschung). Neben Kriminalität wurden die Themen sexuelle Ausrichtung, Gewerkschaften, Biotechnologie, EU, Werte, DNA, Island (zur Zeit der Finanzkrise) und Krebsprävention untersucht.

Die TZ-Kultivierungsforschung ist wie die TV-Forschung *international verankert*: Es wurden Studien in Kanada, in den USA, in Schweden, in den Niederlanden, in China, für die gesamte EU, in Israel, in Österreich und in Brasilien durchgeführt. Die meisten TZ-Studien führten selbst eine Inhaltsanalyse durch oder verwiesen auf bestehende Befunde. Nur in der Anfangszeit wurde tendenziell darauf verzichtet.

Die Mehrzahl der Studien untersuchte die Effekte der generellen TZ-Nutzung (analog zur Overall-TV-Nutzung wie bei Gerbner et al.), wobei sich doch ein leichter Trend in Richtung spezifischer Nutzung eines oder mehrerer Printprodukte zeigt. Wie auch in der TV-Kultivierungsforschung scheint sich ein *Trend zur inhaltspezifischen Kultivierungsforschung* durchzusetzen, bei der die (implizite) Annahme einer über alle Tageszeitungen gleichen Botschaft und einer nonselektiven Nutzung nicht aufrechterhalten wird (= content-specific cultivation research, vgl. Kapitel 2.1.1.3.4). Zudem zeigt sich ein Übergewicht der Studien, in welchen Effekte zweiter Ordnung untersucht wurden.

Nun zum Wesentlichen: Konnte ein Kultivierungseffekt von Tageszeitungen nachgewiesen werden? Insgesamt wurde in 15 Studien der insgesamt 22 Studien (= in 68% der Studien), in welchen eine als TZ-Kultivierungseffekt angegebene Effektgröße ausgewiesen wurde, ein signifikanter Zusammenhang in hypothesenkonformer Richtung nachgewiesen. Betrachtet man nur die Studien, die in Hinblick auf TZ-Kultivierung auf einem hohen methodischen Niveau (Best Practice) durchgeführt wurden, dann zeigt sich ein ähnliches Bild: Unter den 13 Best-Practice Studien konnte in 9 Studien (= in 69 % der BP-Studien) ein

signifikanter Effekt nachgewiesen werden. Damit liegt dieser Wert leicht unter dem Wert, der bei Rossmann (2008, vgl. Kapitel 2.1.1.4) für die TV-Kultivierung gefunden wurde (82% der Studien fanden einen hypothesenkonformen Effekt).

Folgt man den gegenwärtigen Trend zur inhaltsbezogenen TZ-Kultivierungsforschung und berücksichtigt nur BP-Studien, welche die spezifische Nutzung einer konkreten Tageszeitung, die ressortspezifische Nutzung innerhalb einer konkreten Tageszeitung, oder die themenspezifische Nutzung (= Aufmerksamkeit gegenüber einem konkreten Thema, z.B. „attention to crime coverage“) – alles Aggregationsniveaus vergleichbar mit der genrespezifischen TV-Nutzung (vgl. Kapitel 2.1.1.3.4) -, dann zeigt sich ein eindeutiges Bild: In 7 der 8 durchgeführten Studien (= 88%) konnte ein Kultivierungseffekt nachgewiesen werden. Die einzige Studie, die keinen Kultivierungseffekt nachweisen konnte ist die unpublizierte Arbeit (Konferenzpapier) von Nisbet und Wang (2004), die Einstellungen gegenüber Gewerkschaften als abhängige Variable erhob. Es wurde keine eigene Inhaltsanalyse durchgeführt, jedoch wurde auf bestehende inhaltsanalytische Evidenz verwiesen. Daher bekam sie das BP-Siegel. Das mediale Klima wird generell als negativ gegenüber Gewerkschaften beschrieben: „strike coverage has a systematic pattern of anti-labor bias“ (8). Jedoch gibt es auch Evidenz, „that some of the newspaper coverage of the strike deviated from established patterns of anti-labor bias“ (9). Dies könnte dazu geführt haben, dass die TZ-Welt doch nicht relativ konsistent und kumulativ in eine Richtung berichtete. Zudem wurde neben der generellen TZ-Nutzung (Anzahl der Tage pro Woche, die eine Person im Durchschnitt eine TZ liest) die themenspezifische Nutzung („attention to national news“ und „attention to local news“) erhoben. Zu diesen inhaltsspezifischen Aggregationsniveau-Messwerten wurden keine gesonderten inhaltsanalytischen Daten präsentiert, was die Ableitung einer evidenz-basierten Kultivierungshypothese erschwert. Folglich könnten diese beiden Gründe für dieses Non-Finding verantwortlich sein.

Unabhängig von dieser einen Studie weist das Gewicht der empirischen Evidenz eindeutig in die Richtung einer *Existenz eines Kultivierungseffektes von Tageszeitungen*. Auf Basis der durchgeführten Studien kann daher festgehalten werden, dass auch Tageszeitungen einen Kultivierungseffekt produzieren können.

Einschränkend muss darauf hingewiesen werden, dass nur erhoben wurde, ob innerhalb einer Studie mindestens ein statistischer Kultivierungs-Zusammenhang nachgewiesen werden konnte. Wurden etwa mehrere abhängige Variablen analysiert steigt dadurch die Alpha-Fehler Wahrscheinlichkeit durch das Phänomen des multiplen Testens: Die Wahrscheinlichkeit, dass der nachgewiesene (signifikant gewordene) Effekt aus reinem Zufall signifikant wurde und in der Population gar nicht besteht, wird durch die Anzahl an durchgeführten Signifikanztests erhöht.

Weiters könnte ein Publikations-Bias bestehen, insofern, dass vor allem bezogen auf die „Nebenbei“-Studien nur dann ein TZ-Effekt ausgewiesen wurde, wenn dieser signifikant wurde. Durch das Best-Practice Kriterium kann diese potentielle Fehlerquelle jedoch eingeschränkt werden, da diese Studien speziell auf Tageszeitungen fokussiert sind (was nicht ausschließt, dass auch auf das Fernsehen fokussiert wurde) und daher vermutlich eher TZ-Effekte publiziert werden, wenn auch keine signifikanten Effekte nachgewiesen werden konnten.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die bisherige Forschung zeigt, dass Tageszeitungen ebenfalls Kultivierungseffekte produzieren können. Die Effektgrößen wurden nicht wie bei Shanahan und Morgan (1999, vgl. Kapitel 2.1.1.4) miteinander verrechnet um eine „durchschnittliche Effektgröße“ zu erhalten, weil dies der Stand der Forschung (noch) nicht zulässt (geringe Anzahl an explizit auf TZ fokussierte Studien). Dennoch kann auf Basis des Literatur-Reviews ein relativ kleiner, dem durchschnittlichen TV-Kultivierungseffekt (vgl. Kapitel 2.1.1.4) ungefähr entsprechender, angenommen werden.

Damit eine (quantitative, auf Messen basierende) Meta-Analyse, wie sie Shanahan und Morgan (1999) durchgeführt haben, im TZ-Kontext Sinn macht, müssten in Zukunft mehr Kultivierungsstudien mit dem Fokus auf Tageszeitungen durchgeführt werden. Dabei sollten die Einzelstudien gewissen methodischen Mindeststandards genügen (z.B. den Best-Practice-Merkmalen, die innerhalb dieser Arbeit vorgeschlagen wurden). Gut vergleichbare Variablen (und deren Operationalisierungen) sind für Meta-Analysen ebenfalls besonders wichtig (vgl. Bortz & Döring, 2006, 671). Damit ist nicht gemeint, dass auf Vielfalt bezogen

auf Thema, Aggregationsniveau, Wahl und Operationalisierung des Realitätsausschnitts der abhängigen Variablen und der Studiendesigns a priori verzichtet werden soll. Vielmehr ist für die Berechnung eines „durchschnittlichen“ Effektes eine homogene Gruppe von Studien erforderlich, damit eine quantitative Auswertung eines „durchschnittlichen“ Effektes überhaupt Sinn macht. Werden in Zukunft mehr TZ-Kultivierungsstudien durchgeführt (vergleichbar mit TV), dann löst sich dieses Problem automatisch, da ausreichend viele Stichproben pro relativ homogener Untergruppe vorhanden sein werden.

### 2.1.2.3. Moderator-Hypothesen

Neben dem wichtigen Ergebnis eines nachgewiesenen Kultivierungseffektes von Tageszeitungen, soll nun auf theoretische Erweiterungen eingegangen werden. Es werden im Folgenden Vermutungen über die Moderatorrolle gewisser Variablen angeführt. Wichtig ist, dass diese Annahmen *Hypothesencharakter* haben. Die TZ-Kultivierungsforschung ist noch nicht soweit, dass systematisch und in relativ großer Zahl Moderatorvariablen getestet wurden. Es ging bis jetzt hauptsächlich darum den Effekt nachzuweisen, ihn also zu *beschreiben*. Oft sind die hier beschriebenen Annahmen aus der TV-Kultivierungsforschung importiert. Nichtsdestotrotz, wie bereits argumentiert wurde (vgl. Kapitel 2.1.2.1), unterscheiden sich TV und TZ zwar hinsichtlich gewisser Merkmale, jedoch wird es als förderlich für den wissenschaftlichen Fortschritt angesehen, Ergebnisse aus der TV-Kultivierungsforschung zu importieren und am Beispiel der Tageszeitungen zu testen. Letztendlich ist es eine empirische Frage, ob gewisse Variablen eine ähnliche Moderatorrolle im TV- und im TZ-Kontext besitzen und somit zur *Erklärung* des Effektes beitragen können. Es sollen nun die einzelnen Vermutungen innerhalb von TZ-Studien referiert werden. Im Anschluss daran werden die theoretischen Gedanken durch Ergebnisse aus der TV-Kultivierungsforschung ergänzt.

### 2.1.2.3.1. Annahmen der TZ- Kultivierungsforschung

Tageszeitungen können als ein *Sozialisationsagent neben vielen anderen* gesehen werden. Nach Reimer und Rosengren (1990) gibt es in modernen Gesellschaften mindestens 8 Sozialisationsagenten (engl.: „socialization agents“). Drei existieren in allen Gesellschaften (Familie, peer group, work group). Drei weitere finden sich in den meisten Gesellschaften (Kirche, Gesetz, Schule). Die restlichen zwei Sozialisationsagenten sind typisch für moderne Gesellschaften: große Organisationen (die populäre Bewegungen oder Interessensgruppen repräsentieren) und die Massenmedien. Tageszeitungen sind Massenmedien und damit als ein Sozialisationsagent unter anderen begreifbar.

Es wurde darüber theoretisiert, welche Faktoren/Phänomene dafür ausschlaggebend sein könnten, warum sich der Kultivierungseffekt nicht in gleicher Stärke in unterschiedlichen sozialen Kategorien zeigt. In diesem Kapitel soll versucht werden, diese über verschiedene Studien verstreuten Gedanken zusammenzutragen. Chiricos et al. (1997) überlegten welche Phänomene die Korrelation zwischen der Nutzungshäufigkeit und der Angst vor Kriminalität beeinflussen könnten. Sie publizierten 5 Hypothesen:

1. *Resonanz-Hypothese (resonance)*. Diese bereits bekannte Hypothese (vgl. Kapitel 2.1.1.3.3) vermutet, dass sich persönliche Erfahrung und Medieninhalt gewissermaßen gegenseitig aufschaukeln: Die Resonanz mit persönlicher Erfahrung bezüglich Kriminalität könnte die Salienz für diese Botschaften erhöhen.
2. *Substitut-Hypothese (substitution)*. Für diejenigen, welche im Alltag keine Berührung mit Kriminalität haben, könnte die Medieninformation als Substitut dienen. Folglich sollten diejenigen, bei welchen persönliche Erfahrung und Medienerfahrung *nicht* kongruent sind, einen stärkeren Effekt zeigen. Damit steht diese Hypothese im Gegensatz zur Resonanz-Hypothese (vgl. Kapitel 2.1.1.3.2).
3. *Ähnlichkeits-Hypothese (affinity)*. Die Ähnlichkeit mit dem Opfer könnte den Effekt verstärken. Diese Hypothese, obwohl von den Autoren nicht

spezifiziert, kann als „Teil“ der Resonanz-Hypothese gesehen werden. Bei der Ähnlichkeits-Hypothese kommt es allerdings nur auf die Ähnlichkeit der Leserin oder des Lesers mit den MedienakteurInnen an. Die Erfahrung aus erster Hand oder über die interpersonelle Kommunikation ist hier nicht inkludiert. Letzteres ist allerdings gerade für die Resonanz-Hypothese zentral (Stichwort „Doppel-Dosis“).

4. *Vulnerabilitäts-Hypothese (vulnerability)*. Die (tatsächliche oder eingeschätzte) „Verwundbarkeit“ der LeserInnen könnte den Effekt moderieren. So könnten Personen, die eher schwach im Sinne ihrer Körperkraft sind (z.B. ältere Personen), einen stärkeren Effekt in Bezug auf die Viktimisierungsangst zeigen. Hier könnte wiederum eine höhere Salienz der relevanten Inhalte vermutet werden.
5. *Deckeneffekt-Hypothese (ceiling effect)*. Ein Deckeneffekt könnte dafür verantwortlich sein, dass diejenigen, die von Haus aus bereits sehr ängstlich sind, einen schwächeren Effekt zeigen. In dieser Gruppe hätte die Ängstlichkeit bereits ein Niveau erreicht, welches die Medieninformation nicht mehr erhöhen könnte.

Chiricos et al. (1997) konnten tendenziell unterstützende empirische Evidenz für die Ähnlichkeits-Hypothese betreffend der TV-Kultivierung präsentieren: In den TV-Nachrichten waren weiße Frauen am häufigsten Opfer von kriminellen Handlungen. In der Befragung konnte konsistent mit dieser Inhaltstendenz ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit der TV-Nachrichten und der Angst vor Kriminalität nur innerhalb der sozialen Kategorie der weißen Frauen nachgewiesen werden. Die Autoren kommentierten dies wie folgt: „This suggest that regardless of actual victim experience, seeing people like themselves victimized frequently in televised news may have substantially contributed to the fear of crime among white women“ (354). Für die TZ-Kultivierung ist allerdings noch offen, ob und wenn ja welche Phänomene unter welchen Bedingungen empirisch zu beobachten sind.

Weitere Überlegungen wurden von Romer et al. (2003) angestellt. Die Autoren nehmen an, dass RezipientInnen ihre Einschätzungen bezüglich des Risikos selbst Opfer einer Tat zu werden auf Basis des Vergleichs der eingeschätzten

Kriminalitätshäufigkeit auf der lokalen (= dem Selbst nahen) Ebene und anderer (= dem Selbst fernen) Orte konstruieren. Wenn nun die Kriminalität durch die Berichterstattung auf einer nationalen Ebene (= fern) als höher eingeschätzt wird, dann kann dies dazu führen, dass das eingeschätzte Risiko selbst Opfer zu werden sinkt (!) und nicht steigt: „Eigentlich ist es bei mir nicht so schlimm – im Vergleich zu wo anders geht’s mir ja recht gut“. Diese *Hypothese eines sozialen Vergleichsprozesses* (vgl. Festinger, 1954) erscheint als interessante theoretische Ergänzung. Sie kann nämlich hypothesen-„nonkonforme“ Zusammenhänge (in Bezug auf die „klassische“ across-the-board Kultivierungsannahme) zwischen der Nutzungshäufigkeit und abhängigen Variablen (z.B. Kriminalität) erklären.

Zusätzlich zu den bereits genannten Faktoren, könnte auch die Mitgliedschaft der LeserInnen in der betroffenen (z.B. überrepräsentierten) sozialen Kategorie den Kultivierungseffekt moderieren. So wurde von Hicks und Lee (2004) vermutet, dass Medien im Hinblick auf die Einstellung zur sexuellen Ausrichtung (Homosexualität) nicht nur die Gesellschaft beeinflussen (d.h. größtenteils Heterosexuelle), sondern auch Mitglieder der Kategorie der Homosexuellen. Wenn dieser von den Autoren publizierte Gedanke weitergedacht wird, könnte wiederum eine erhöhte Salienz der betreffenden Inhalte (die sich auf die sexuelle Ausrichtung einer Person beziehen) für einen stärkeren Effekt innerhalb der Gruppe der Homosexuellen führen. Die Gegenthese zu dieser *Kategorienzugehörigkeits-Hypothese* ist die Vermutung, dass Personen, welche einer sozialen Kategorie angehören auch mehr über diese Kategorie wissen und somit die Medieninformation stärker mit der eigenen Erfahrung und der interpersonellen Kommunikation konkurriert, was zu einer Abnahme des Kultivierungseffektes führen könnte (vgl. etwa Gerbner & Gross, 1976).

Diese Gegenthese lässt sich im Hinblick auf die *Nah-Fern-Hypothese* verdeutlichen. So untersuchten Guo et al. (2001) die Stärke des relativen Einflusses zwischen direkter Erfahrung, interpersoneller Kommunikation und Mediennutzung in Bezug auf Ansichten über Kriminalität in zwei Communities (Hong Kong und Guangzhou). Sie bezogen sich auf die Impersonal Impact Hypothese (Tyler & Cook, 1984), die davon ausgeht, dass zwischen Urteilen auf einer gesellschaftlichen Ebene (*societal-level*) und Urteilen, die auf einer



persönlichen Ebene (*personal-level*) operieren, differenziert werden müsse und dass Massenmedien vorallem die gesellschaftliche Urteilstebene betreffen (vgl. hierzu auch Shanahan & Morgan, 1999, 177; Shrum & Bischak, 2001, und Kapitel 2.1.2.3.2 für eine Differenzierung dieser Hypothese, welche Grund war, diese Moderator-Hypothese nicht „Impersonal-Impact“, sondern „Nah-Fern“ zu nennen). Guo et al. (2001) vermuteten nun, dass es Unterschiede in den Effektgrößen gibt, wenn die abhängige Variable auf der persönlichen (= nahen) oder gesellschaftlichen (= fernen) Ebene operiert. Die Annahme war, dass der Effekt dort größer ist, wo Information größtenteils aus Medien stammen (d.h., wenn die abhängige Variable „fern“ ist). Hier gibt es weniger den korrigierenden Einfluss der eigenen Erfahrung und der interpersonellen Kommunikation. In den Daten konnte tendenziell diese Vermutung bestätigt werden (Effekte waren tendenziell in der „fernen“ Community größer als wenn die abhängige Variable sich auf die eigene Community bezog). Mit zunehmender Ferne des Realitätsbereichs des Urteils nimmt nach dieser Hypothese die Effektgröße zu.

In Kontrast zu der bereits beschriebenen *Mainstreaming-Hypothese* (vgl. Kapitel 2.1.1.3.2), die davon ausgeht, dass die Homogenität bezüglich eines Realitätsurteils mit steigender Nutzungshäufigkeit zunimmt, stellen Nisbet und Wang (2004) die *Polarisations-Hypothese* zur Diskussion. Diese Hypothese geht vom genauen Gegenteil aus: Mit zunehmender Nutzungshäufigkeit steigt die Heterogenität der Realitätseinschätzungen. Im zweifaktoriellen varianzanalytischen Design mit der unabhängigen Variable Nutzung (z.B. wenig, viel) und der Moderatorvariable (z.B. politische Einstellung: rechts, links) „öffnet sich die Schere“, d.h. der Unterschied zwischen eher rechts gerichteten Personen und eher links ausgerichteten Personen ist bei VielleserInnen größer. Damit ist diese Annahme (vom Ergebnis-Pattern) etwa vergleichbar mit der Resonanz-Hypothese. Es wird kein Mechanismus spezifiziert, welcher für ein Polarisations-Pattern verantwortlich sein soll. Daher ist etwa ein Resonanz-Effekt auch in die übergeordnete Kategorie des Polarisations-Effektes zuordenbar. Jedoch sind auch andere Mechanismen (neben der Aufschaukelung von persönlich erlebter Erfahrung und Medienrezeption wie beim Resonanz-Konzept) denkbar. Nisbet und Wang (2004) beziehen hier die Variable politische Orientierung (liberal bis

Tabelle 2

## Hypothesen über Moderatoreffekte

<u>Hypothese</u>	<u>Beschreibung/Annahme</u>	<u>Moderatorvariable</u>
<i>Resonanz</i>	Persönliche Erfahrung und mediale Information schaukeln sich gegenseitig auf. Durch das Mehr an persönlicher Erfahrung könnte sich die Salienz und die eingeschätzte Relevanz der Medieninformation bezüglich des Realitätsausschnitts erhöhen.	persönliche Erfahrung
<i>Mainstreaming</i>	Unterschiedliche soziale Kategorien zeigen unter den VielleserInnen eine homogenere Sicht auf den Realitätsbereich. VielnutzerInnen werden in Richtung des „medialen Gravitationszentrums“ gezogen.	unzureichend definiert
<i>Substitut</i>	Die mediale Information dient als Substitut für diejenigen, welche mit dem Realitätsbereich im Alltag keine Erfahrung haben. Je inkongruenter die mediale Information und die Alltagserfahrung sind, desto stärker sollte der Effekt sein, da hier die mediale Information „mehr Spielraum“ für einen Effekt hat.	persönliche Erfahrung
<i>Ähnlichkeit</i>	Die Ähnlichkeit mit dem „Opfer“ (z.B. einer kriminellen Handlung; allgemeiner formuliert: mit Personen, welche für den Realitätsbereich essentiell sind) erhöht den Effekt. Die Salienz und die eingeschätzte Relevanz der medialen Information wird dadurch erhöht.	eingeschätzte Ähnlichkeit mit dem „Opfer“
<i>Vulnerabilität</i>	Personen mit einer höheren (tatsächlichen oder eingeschätzten) Vulnerabilität (d.h. diejenigen, welche sich „verletzbarer“ fühlen, weil sie sich z.B. bei einem Überfall schlechter wehren können) zeigen einen stärkeren Effekt. Für sie ist die mediale Information salienter und relevanter.	Vulnerabilität
<i>Deckeneffekt</i>	Diejenigen, welche vor dem Kontakt mit der medialen Information bereits eine hohe Ausprägung der abhängigen Variable in Richtung der Tendenz innerhalb der medialen Information aufweisen, zeigen einen schwächeren Effekt. Das wird dadurch erklärt, dass die mediale Information innerhalb dieser Gruppe weniger „Spielraum“ für einen Effekt hat.	Ausprägung der abhängigen Variable vor der Rezeption
<i>sozialer Vergleichsprozess</i>	Wird der Realitätsbereich an einem „fernen“ Ort medial tendenziös dargestellt, reduziert sich der Kultivierungseffekt bezogen auf den Realitätsbereich am „nahen“ Ort: Eine negative Botschaft, bezogen auf den fernen Ort, wird insofern interpretiert, dass die eigene Situation positiver eingeschätzt wird. Folglich wird auf der „nahen“ Ebene eine andere Richtung des Kultivierungseffekts erwartet.	Vergleich zwischen der eigenen Situation und der Situation am (fernen) Ort
<i>Kategorienzugehörigkeit</i>	Wenn die Person der sozialen Kategorie angehört, über welche berichtet wird, hat das einen moderierenden Einfluss. Die Richtung des Effektes wird nicht vorausgesagt.	Zugehörigkeit zur sozialen Kategorie, welche für den Realitätsbereich zentral ist
<i>Nah-Fern</i>	Der Kultivierungseffekt ist größer, wenn das Realitätsurteil für einen entfernten Ort abgefragt wird. Bei entfernten Orten kann die eigene Erfahrung und/oder die interpersonelle Kommunikation den Einfluss der tendenziellen Berichterstattung nicht „korrigieren“.	„Distanz“ des Ortes, für welchen das Kultivierungsurteil abgefragt wird
<i>Polarisation</i>	Unterschiedliche soziale Kategorien zeigen unter den VielleserInnen eine heterogenere Sicht auf den Realitätsbereich.	unzureichend definiert

konservativ) in Betracht. In den Daten konnten die Autoren ein Polarisations-Pattern in Bezug auf die abhängige Variable Einstellung zu Gewerkschaften dokumentieren: Die Kluft zwischen liberalen und konservativen TZ-LeserInnen („attention to newspapers“) vergrößerte sich mit steigender TZ-Nutzung. Liberale zeigten einen stärkeren Effekt. Das verwundert allerdings, da in Bezug auf die Medieninhalte argumentiert wurde, dass diese ein eher negatives Bild von Gewerkschaften zeichneten (vgl. Kapitel 2.1.2.2, wo diese Studie bereits diskutiert wurde). Daher sollte dieser Befund zuerst repliziert werden, bevor auf ihm aufbauend theoretisch argumentiert wird.

Da die verschiedenen Hypothesen teilweise unterschiedliche Voraussagen machen, wird nun ein Versuch unternommen diese zu ordnen. Es gibt bis dato wenig empirische Evidenz bezüglich der TZ-Moderator-Hypothesen. Daher ist die Zusammenstellung in Tabelle 2 als Versuch der Ordnung der theoretischen Gedanken zu verstehen und soll der zukünftigen empirischen Forschung einen Rahmen geben.

Die zehn Hypothesen über einen moderierenden Einfluss von unterschiedlichen Variablen machen teilweise unterschiedliche Voraussagen. So sagt etwa die Resonanz-Hypothese das genaue Gegenteil der Substituts-Hypothese voraus. Ähnlich verhält es sich mit den gegenseitig ausschließenden Mainstreaming- und Polarisations-Konzepten. Auf Basis der empirischen Forschung kann keine der zehn Hypothesen falsifiziert oder verifiziert werden. Wenige Studien haben sich mit der Überprüfung der Hypothesen eingehend beschäftigt.

Die Überlegungen klingen insgesamt interessant und vielversprechend, jedoch besteht hier noch sehr großer Forschungsbedarf: Sowohl in theoretischer Hinsicht (Konkretisierung der Konzepte, um konkrete Vorhersagen zu ermöglichen, damit sie letztendlich auch falsifizierbar werden), als auch in empirischer Hinsicht: Wann tritt welches Pattern auf? Es soll nun ein Versuch unternommen werden, diese theoretischen Gedanken aus der TZ-Kultivierungsforschung durch Erkenntnisse aus der TV-Kultivierungsforschung zu ergänzen.

### 2.1.2.3.2. Ergänzende Überlegungen

Im Zusammenhang mit der im letzten Kapitel genannten Nah-Fern Hypothese sollen nun theoretische Gedanken erwähnt werden, welche diese Hypothese auf eine breitere Basis stellen. Dies geschieht, weil dieser Gedankengang immer wieder innerhalb der Kultivierungsforschung auftaucht und bereits bei Gerbner und Gross (1976) in Ansätzen zu finden ist.

Zunächst wurde der Impersonal Impact Hypothese folgend angenommen, dass der Kultivierungseffekt größer ausfällt, wenn die abhängigen Variablen auf einer „entfernteren“ gesellschaftlichen Ebene abgefragt werden als auf einer „näheren“ persönlichen Ebene. Die Annahme war, dass der Effekt dort größer ist, wo Informationen größtenteils aus Medien stammen (d.h., wenn die abhängige Variable „fern“ ist). Guo et al. (2001) konnten im Tageszeitungs-Zusammenhang unterstützende empirische Evidenz dokumentieren.

Shrum und Bischak (2001) differenzierten diese Hypothese und führten eine zusätzliche Ebene ein: Die persönliche Ebene wurde erweitert. ProbandInnen wurden innerhalb einer TV-Kultivierungsstudie nach ihren Einschätzungen bezüglich des Risikos Opfer einer kriminellen Tat zu werden, befragt. Es wurden vier Indikatorvariablen zu einem Index verrechnet. Dies erfolgte auf drei Ebenen:

1. *societal crime risk*. Beispiel: „Wieviel Prozent der erwachsenen Amerikaner werden Opfer einer kriminellen Handlung innerhalb des nächsten Jahres werden?“
2. *personal crime risk (own neighborhood)*. Beispiel: „Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie in ihrer Nachbarschaft Opfer einer kriminellen Handlung innerhalb des nächsten Jahres werden?“
3. *personal crime risk (New York City)*. Beispiel: „Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Opfer einer kriminellen Handlung werden, wenn Sie ein Monat in New York City verbringen?“

Es wurde der Impersonal Impact Hypothese folgend vermutet, dass sich ein Kultivierungseffekt auf der gesellschaftlichen Ebene zeigt. Hier stammen die Informationen größtenteils aus den Medien. ProbandInnen sind jedoch im Besitz von mehr persönlicher Erfahrung und Informationen aus interpersoneller Kommunikation, wenn die persönliche Ebene für ihre Nachbarschaft abgefragt wird als wenn dies für New York City getan wird. New York City ist für die ProbandInnen „ferner“ als die eigene Nachbarschaft. Konsistent mit diesen Annahmen zeigte sich innerhalb der Studie folgendes Ergebnis: Die TV-Nutzungshäufigkeit korrelierte signifikant mit den Einschätzungen auf der gesellschaftlichen Ebene und der persönlichen Ebene (New York City), nicht jedoch mit den Einschätzungen auf der persönlichen Ebene (eigene Nachbarschaft). Es scheint so, dass nicht nur die „Abstraktheit“ der gesellschaftlichen Ebene, sondern auch die geografische Entfernung, auf welcher die abhängige Variable operationalisiert ist, im Kultivierungsprozess eine Rolle spielt.

Hetsroni et al. (2007) verwiesen nicht auf die Studie von Shrum und Bischak (2001), untersuchten jedoch genau diesen Punkt: In der Studie untersuchten die AutorInnen den moderierenden Einfluss der geografischen Nähe auf den Kultivierungseffekt. Auf Basis einer Inhaltsanalyse der Prime-Time von einer Woche TV-Programm der drei größten israelischen TV-Anstalten, die zeigte dass Ärzte und Anwälte überrepräsentiert, Verkäufer in der TV-Welt jedoch unterrepräsentiert werden, wurde vermutet, dass VielseherInnen die überrepräsentierten (unterrepräsentierten) Berufe in der Realität überschätzen (unterschätzen). Dies ist die klassische Kultivierungshypothese. Zusätzlich wurde jedoch vermutet, dass der Kultivierungseffekt mit zunehmender geographischer Entfernung zunimmt (wie dies auch in der zitierten Studie von Guo et al. [2001] angenommen wurde). Die Ergebnisse einer Befragung von 655 StudentInnen in Israel zeigte, dass die Nutzung von amerikanischen TV-Programmen mit der Wahl der „TV-Antworten“ für die Häufigkeitsverteilung von Berufen in Amerika (d.h. der Tendenz Realitätseinschätzungen für Amerika in Richtung der TV-Welt zu geben; vgl. Kapitel 2.1.1.1) korrelierte. Die Nutzungshäufigkeit von in Israel produzierten TV-Inhalten korrelierte hypothesenkonform nicht mit den Realitätseinschätzungen bezüglich der USA. Auch wurden die gleichen

Realitätseinschätzungen in Bezug auf Israel nicht durch die Nutzung von in Israel produziertem TV-Programm vorhergesagt. Dies unterstützt die Annahme, dass Personen ihre Urteile für die ihnen „nahe“ Umgebung eher aus primärer Erfahrung und/oder aus Information aus der interpersonellen Kommunikation konstruieren. Folglich ist der Kultivierungseffekt dann größer, wenn die abhängige Variable auf einer geografisch fernen Ebene operationalisiert wird.

Bilandzic (2006, vgl. Kapitel 2.2.9) geht in ihrem Ansatz von einem ähnlichen Sachverhalt aus. Hetsroni et al. (2007, 195) zitiert diesen als Unterstützung der Vermutung, dass bei Urteilen über „ferne Kulturen“, mit welchen die ProbandInnen wenig vertraut sind, eher Medieninformationen herangezogen werden. Das was Bilandzic's Modell annimmt ist jedoch nicht exakt deckungsgleich mit dieser Annahme. Bilandzic geht davon aus, dass abhängige Variablen in Bezug auf ihre „Distanz“ zum Rezipienten eingeteilt werden können: „Nah“ ist eine abhängige Variable dann, wenn der Inhalt die Relevanzstrukturen des Rezipienten aktiviert. Wenn ein Inhalt nah zu eigenen Erfahrungen und Interessen des Rezipienten angesiedelt ist, dann wird der Inhalt als „nah“ empfunden. Damit ist diese „Nähe“ ein *subjektives* Urteil auf Basis der zugeschriebenen *Relevanz*. Beim Konzept der geografischen Distanz handelt es sich jedoch um ein *objektives* Maß. Natürlich sind beide Konzepte vereinbar: Ein „objektiv“ naher Ort (geografische Nähe sensu Hetsroni et al.) kann auch für eine erhöhte „subjektive“ Relevanz sorgen („experiential closeness“ sensu Bilandzic). So überrascht es nicht, dass gerade Lokalberichterstattung gerne rezipiert wird. So setzt die Krone ihren Schwerpunkt unter anderem im Ressort Chronik (Stark & Kraus, 2008). Lokale Ereignisse sind geografisch und auch subjektiv nah (auf Grund der Relevanz für den eigenen Alltag).

Dennoch ist es ratsam die drei **Nähe-Konzepte** zumindest aus analytischen Gründen zu trennen:

1. *Gesellschaftlich versus persönlich*. Hier geht es um die Abstraktheit der gesellschaftlichen (versus privaten) Ebene.
2. *Geografisch nah versus fern*. Hier geht es um die „objektiv“ messbare geografische Entfernung.

3. *Subjektiv nah* (hohe Relevanz) *versus fern* (geringe Relevanz). Hier geht es um die Übereinstimmung der medialen Information mit dem eigenen Alltag. Information ist dann „näher“ (relevanter), wenn die medialen Informationen mit dem Alltag übereinstimmen.

Alle drei Konzepte beinhalten die Variable **eigene Erfahrung** und sind über diese verbunden. Die eigene Erfahrung ist (1) auf einer abstrakten, gesellschaftlichen Ebene, bei (2) weit entfernten Orten, und bei (3) für den eigenen Alltag weniger relevanten Entitäten geringer. Aus analytischen Gründen sollte diese Differenzierung berücksichtigt werden.<sup>1</sup>

Die bereits in Kapitel 2.1.1.4 ausführlich diskutierte Meta-Analyse von Shanahan und Morgan (1999) zeigt keine signifikanten Moderator-Variablen. Jedoch muss darauf hingewiesen werden, dass größtenteils in Umfragen „einfach“ zu messende Variablen getestet wurden (z.B. Alter, Geschlecht, Bildung). Es verwundert daher nicht, dass AutorInnen fordern, dass die Analyse von potentiellen Moderatorvariablen hinter die sozio-demografischen Variablen gehen muss und spezifischere Variablen einbeziehen sollte (Shrum & Bischak, 2001). Wir werden in Kapitel 2.2, in welchem die verschiedenen vorhandenen Modelle des Kultivierungseffektes diskutiert werden, auch auf eine Reihe von potentiell moderierenden Variablen stoßen (z.B., heuristische versus systematische Urteilsbildung der ProbandInnen während einer Kultivierungsstudie).

---

<sup>1</sup> Ergänzend zu diesen drei Ebenen kann auch die *zeitliche Nähe* berücksichtigt werden. Auch zu zeitlich „fernen“ Entitäten besitzt die Rezipientin mit einer höheren Wahrscheinlichkeit weniger Wissen aus anderen Quellen.

## 2.1.2.4. Stand des Wissens

Summa summarum konnte auch für Tageszeitungen die Existenz eines Kultivierungseffektes nachgewiesen werden. Dieser ist wie der Kultivierungseffekt des Fernsehens relativ schwach hinsichtlich der Varianzaufklärung.

Es zeigt sich, dass das richtige Aggregationsniveau gewählt werden muss: Die Inhaltsanalyse zeigt auf welchem Niveau ein Kultivierungsobjekt konsistent und kumulativ auf eine spezifische Art und Weise dargestellt wird. Die Nutzungshäufigkeit der LeserInnen muss in der Kultivierungsanalyse folglich auf diesem Aggregationsniveau erhoben werden. Vergeer et al. (2000) brachten es auf den Punkt, als sie schrieben: „Gerbner (...) posed that, assuming a homogeneous media content, a general measure of exposure would suffice. However, having ascertained that newspapers differ it would be ill-advised not to take this into account: To suffice with a general measure of exposure could obscure existing effects, ones that surface when using differentiated measures of exposure“ (131). Sie erhoben in ihrer Studie den theoretischen Argumenten folgend die Nutzung für verschiedene Tageszeitungs-Produkte, nicht bloß die Overall-Nutzung. Bei Ghuo et al. (2001) zeigt sich ein bestätigender Befund: Die Autoren konnten Hinweise für einen inhaltsspezifischen Kultivierungseffekt nachweisen (Thema: Kriminalität/Mean World/Fear of Crime). So stellte sich die Nutzung der „crime-ridden-Press“ als stärkerer Prädiktor heraus als die Overall-Nutzung von Tageszeitungen („newspaper reading“).

Obwohl nicht so viel empirische Evidenz für einen Kultivierungseffekt von Tageszeitungen gesammelt wurde, kann angenommen werden, dass auch Tageszeitungen Kultivierungseffekte produzieren können. Diese wurden in den bis jetzt durchgeführten Studien dokumentiert, somit *beschrieben*. Der TZ-Kultivierungseffekt wurde allerdings noch nicht *erklärt*. Die Prozesse, welche dem TZ-Kultivierungsprozess zu Grunde liegen, sind nicht systematisch erfasst. Bis jetzt konnten Zusammenhänge in hypothesenkonformer Richtung



nachgewiesen werden. Diese bewegen sich jedoch noch immer tendenziell auf „wackligem Boden“ – auch wenn die abhängige Variable innerhalb der Studien evidenz-basiert aus der Inhaltsanalyse abgeleitet wurde. Solange nicht bekannt ist, wie TZ-Kultivierung „funktioniert“, herrscht Unsicherheit hinsichtlich der ursächlichen Attribution der gefundenen Korrelationen. Die Erstellung eines Prozessmodells, welches den TZ-Kultivierungseffekt erklären kann, würde somit wesentlich zur Reduktion dieser Unsicherheit beitragen.

Innerhalb der Fernseh-Kultivierungsforschung gibt es bereits mehrere Modelle, die den Anspruch erheben, zumindest Teilaspekte des Effektes erklären zu können. Im nächsten Kapitel werden diese theoretischen Ansätze diskutiert. Das ist ein notwendiger Schritt: Die TZ-Kultivierungsforschung muss „das Rad nicht neu erfinden“. Vielmehr kann auf etablierte Konzepte zurückgegriffen werden. Auf Basis von zentral erscheinenden Aussagen dieser Modelle werden in Kapitel 2.3 zwei Modelle für die TZ-Kultivierung konstruiert, die in den vier empirischen Studien, welche in Kapitel 3 dokumentiert sind, geprüft wurden.



## 2.2 Modelle des Kultivierungseffektes

In diesem Kapitel sollen nun Modelle referiert werden, welche versuchen den Kultivierungseffekt zu erklären. Es werden nur theoretischen Argumente beschrieben, die für die Tageszeitungs-Kultivierung als relevant erachtet werden. Es werden weiters nur theoretische Vorstellungen berücksichtigt, welche Effekte erster Ordnung erklären oder solche die zumindest für Effekte erster Ordnung als relevant erachtet werden.

### 2.2.1. Lernen, Konstruktion und Generalisierung (Hawkins et al., Potter)

Robert Hawkins und Suzanne Pingree waren eine der ersten, die sich intensiv mit den kognitiven Grundlagen des Kultivierungseffektes auseinandersetzten. Beide argumentierten für ein **learning and construction** Modell, in welchem angenommen wurde, dass Informationen aus den Medieninhalten zunächst inzidentell (d.h. beiläufig, ohne Lernintention) *gelernt* werden (= zufälliges Behalten von medialen Informationen) und sozusagen in Ansichten über die Fernsehwelt münden. Einschätzungen bezüglich der sozialen Realität (z.B. Anteilseinschätzungen) werden in einem weiteren Schritt aus den gelernten „Fakten“ der Medienwelt *konstruiert*. Geprüft wurde dieser plausibel klingende Gedanke an einem Sample von 100 Erwachsenen (Hawkins, Pingree, & Adler 1987): Es wurden (1) die Fernseh-Nutzung, (2) Einschätzungen über die soziale Realität und (3) Einschätzungen der gleichen Fragen in Bezug auf die Fernsehwelt erhoben. So wurde etwa nach dem prozentuellen Anteil von Männern, welche in

der Verbrechensbekämpfung tätig sind gefragt – sowohl für die Realität als auch für das Fernsehen. Das theoretische Modell, welches sich ergibt, ist ein Mediatormodell: Es wird ein direkter Effekt der Fernseh-Nutzung auf die Anteilseinschätzung (Realität) konzipiert. Neben diesem direkten Effekt wird auch ein indirekter Effekt der Fernseh-Nutzung über die Einschätzung des Anteils innerhalb der Fernsehwelt spezifiziert. Kontrolliert man in diesem Modell die Anteilseinschätzung (Fernsehen), dann sollte die Korrelation zwischen der Fernseh-Nutzungshäufigkeit und der Anteilseinschätzung Realität verschwinden (oder deutlich geringer werden). Folglich wird angenommen, dass RezipientInnen Fakten aus den Medieninhalten lernen, daraus Einschätzungen über die Fernsehwirklichkeit bilden und aus diesen dann (zumindest teilweise) die Anteilseinschätzungen bezüglich der Realität konstruieren.

Methodisch wurde so vorgegangen, dass zuerst die Fernseh-Nutzung abgefragt wurde (vgl. Kapitel 3.2.1 zur Diskussion der Problematik dieser Reihenfolge) und anschließend für jede „Welt“ jeweils vier Kultivierungsindikatoren (Wahrscheinlichkeit Opfer einer kriminellen Handlung zu werden, Anteil von Männern an der Verbrechensbekämpfung, Anteil von Gewaltverbrechen an allen Verbrechen, Täter von schweren Verbrechen: Fremde, Bekannte oder Verwandte). Die theoretischen Annahmen konnte durch die Daten nicht bestätigt werden: „Beliefs about the television world as an intervening step make very little difference in the correlations“ (559).

Der Kultivierungseffekt scheint demnach nicht so zu funktionieren, dass zuerst Einschätzungen über die Medienwelt gebildet werden und in einem weiteren Schritt aus dieser eingeschätzten Medienwelt die Einschätzungen über die „wirkliche Wirklichkeit“ gebildet werden. Vielmehr dürften die Informationen aus der Medienwelt zwar enkodiert und gespeichert werden – das ist eine notwendige Bedingung für einen Kultivierungseffekt (Medien müssen schließlich „Spuren“ im Gedächtnis hinterlassen) -, jedoch geschieht dies anscheinend nicht in einer derart systematischen Weise, dass die Medienwelt von Seiten des Rezipienten oder der Rezipientin gänzlich rekonstruiert werden kann.

Potter (1991) griff das Lernen und Konstruktions-Modell von Hawkins et al. (1987) auf und erweiterte es um den Faktor **Generalisierung**: Wie bei Hawkins und Kollegen wird mit dem Subprozess *Lernen* der Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit und der Einschätzung der Medienwelt konzipiert. Aus der wahrgenommenen Fernseh-Welt wird anschließend die Sichtweise auf die soziale Wirklichkeit *konstruiert*. Nun kommt bei Potter der Subprozess *Generalisierung* hinzu. Generalisierung meint, dass etwa aus den *gelernten Fakten der TV-Welt* generalisiert wird, welche *Einstellungen in der TV-Welt* vertreten werden. Es wird ein direkter Medieneffekt auf Einstellungen (Effekte zweiter Ordnung) konzipiert, jedoch eben auch ein indirekter Effekt über die Einschätzungen erster Ordnung. Potter fand keine unterstützende empirische Evidenz für den Subprozess Lernen (Zusammenhang zwischen *TV-Nutzung* und *eingeschätzte Fakten der TV-Welt* und zwischen *TV-Nutzung* und *eingeschätzte Einstellungen in der TV-Welt*). Der Subprozess Konstruktion wurde sowohl für die Ebene erster Ordnung (Zusammenhang der Einschätzung erster Ordnung der *Fakten der TV-Welt* und der *Einschätzung bezüglich der sozialen Realität*) als auch der Ebene zweiter Ordnung (Zusammenhang der Einschätzung der verbreiteten Einstellungen innerhalb der TV-Welt und der eigenen, realen Einstellungen) untersucht. Unterstützende empirische Evidenz konnte für die Ebene erster Ordnung gefunden werden: Es ließ sich ein Zusammenhang zwischen der Einschätzung der TV-Welt und der Einschätzung der Realität nachweisen. Zu guter Letzt konnte Potter auch unterstützende empirische Evidenz für den Subprozess Generalisierung präsentieren: Es gab einen Zusammenhang sowohl (1) zwischen der wahrgenommenen Fakten der TV-Welt (erste Ordnung) und der in der TV-Welt wahrgenommenen Einstellungen (zweite Ordnung) und (2) zwischen der Einschätzungen bezüglich der Realität (erste Ordnung) und den realen Einstellungen (zweite Ordnung).

Insgesamt sind die Befunde nicht eindeutig und widersprüchlich. Rossmann (2008) diskutiert weitere Studien, welche die Subprozesse Lernen, Konstruktion und Generalisierung untersuchten. Sie kommt zu folgendem Schluss: *Konstruktion* ist „relativ eindeutig (...) auf irgendeine Art und Weise“ am Kultivierungsprozess beteiligt. Dies trifft vor allem auf den Konstruktionsprozess erster Ordnung zu. Weniger eindeutig sind die Befunde zum Subprozess *Lernen*.

Jedoch kritisiert Rossmann zurecht das methodische Vorgehen der Untersuchungen: In den Studien wurde die TV-Welt-Einschätzung vor der Realitätseinschätzungen abgefragt. Dies könnte einen Effekt auf die späteren Urteile gehabt haben. Zudem ist die direkte Erhebung einer TV-Welt-Einschätzung etwas plump, da sich ProbandInnen im Alltag auch nicht zuerst nach der Beschaffenheit der TV-Welt fragen, wenn Sie ein Realitätsurteil oder Einstellungsurteil bilden. Rossmann vermutet, dass es sich beim spezifizierten Subprozess Lernen um einen eher unbewussten Prozess handelt, der auf eine andere methodische Art und Weise aufgedeckt werden sollte. Bezüglich des *Generalisierungs*-Subprozesses ist die Mehrzahl der Befunde hypothesenkonform. Kultivierungsurteile zweiter Ordnung scheinen zumindest teilweise und in Bezug auf manche Themen aus Urteilen erster Ordnung generalisiert werden. Rossmann (2008) schließt: „Somit kann bislang keiner der Subprozesse als vollständig belegt gelten, für die einen gibt es jedoch stärkere Hinweise, für die anderen schwächere“ (94).

Ergänzend zu diesen ersten Versuchen den Kultivierungsprozess zu erklären, muss festgehalten werden, dass Lernen auf eine gewisse Weise auf jeden Fall auftreten muss: Werden mediale Informationen nicht gemerkt, kann kein Kultivierungseffekt entstehen. Auch ein Verstärkungs-Effekt (engl.: „reinforcement“), den etwa auch Hawkins et al. (1987) ansprechen, ist eine Form von Lernen. Der Zwischenschritt der Ansicht über die Medienwelt erscheint etwas fragwürdig: Für einen Kultivierungseffekt ist eine bewusste Rekonstruktion der Medienwelt nicht notwendig (etwa wenn als Basis assoziative Verbindungen im Gedächtnis dienen, vgl. Kapitel 3). Generalisierung scheint manchmal aufzutreten, manchmal nicht.

## 2.2.2. Shrum's heuristisches Prozessmodell

Während der letzten beiden Jahrzehnte führten Shrum und Kollegen eine Reihe von bedeutenden Studien durch (Shrum, 1996, 2001, 2007; Shrum & O'Guinn, 1993; Shrum, Wyer, & O'Guinn, 1998). Die Ergebnisse dieser Arbeiten mündeten in ein Modell (vgl. Shrum, 2009). Das *Heuristic Processing Model of Cultivation Effects* beschreibt den Kultivierungseffekt erster Ordnung.

Das Modell baut auf **zwei Grundannahmen** auf:

1. *Fernsehen erhöht die Konstruktzugänglichkeit.* „Zugänglichkeit“ bezieht sich auf die Leichtigkeit oder die Geschwindigkeit, mit welcher verfügbare Informationen aus dem Gedächtnis abgerufen werden können (vgl. Tversky & Kahneman, 1973). Beispiel: Wenn Ärzte im Fernsehen überrepräsentiert sind, dann sollten VielseherInnen das Konstrukt „Arzt“ zugänglicher haben als Nicht- oder WenigseherInnen. Faktoren wie die Häufigkeit der Konstruktaktivierung (= „frequency“), die Kürzlichkeit der Konstruktaktivierung (= „recency“, d.h. wie lange die letzte Aktivierung zurückliegt) und die „Lebhaftigkeit“ der Konstruktpräsentation (= „vividness“, vgl. Kapitel 3.1.2) können die Konstruktzugänglichkeit beeinflussen.
2. *Kultivierungsurteile erster Ordnung erfolgen erinnerungsgestützt und werden durch heuristische Urteilsbildung gebildet.* Beispiel: Wenn Personen nach dem Anteil von Ärzten an allen berufstätigen Personen gefragt werden, dann fällen sie ihr Urteil in den meisten Fällen nicht auf Basis von Informationen aus einer intensiven, vollständigen Gedächtnissuche (= systematische Urteilsbildung). Vielmehr neigen Personen als „cognitive misers“ eher dazu, ihr Urteil nur auf einem Teil der verfügbaren Informationen aufzubauen (= heuristische Urteilsbildung). Je zugänglicher ein Gedächtnisinhalt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieser für das geforderte Kultivierungsurteil auch verwendet wird. Es wird angenommen, dass VielnutzerInnen etwa leichter auf die Kategorie „Ärzte“ (bzw. auf konkrete Beispiele) zugreifen können

als Personen, die weniger häufig fernsehen (Grund: viele Arztserien). Die abgespeicherten „Ärzte“ der VielnutzerInnen sind stärker geprägt durch die Medien-Ärzte als bei Nicht- oder WenignutzerInnen. Wenn nun Ärzte im TV überrepräsentiert sind, dann können VielleserInnen leichter (bzw. schneller) auf entsprechende Beispiele zugreifen und geben dadurch eine höhere Einschätzung ab. Diese Grundannahmen wurden wesentlich auf den Arbeiten von Tversky und Kahneman (1973, 1974) aufgebaut, welche dieses Phänomen grundlagenorientiert erforschten. Zusätzlich wird angenommen, dass die Kultivierungsurteile erinnerungsgestützt (engl.: „memory-based“) gebildet werden (und nicht bereits während der Rezeption, engl.: „on-line“, vgl. Hastie & Park, 1986): Die wenigsten Personen zerbrechen sich etwa über den prozentuellen Anteil von Ärzten an allen Berufstätigen den Kopf – außer sie werden von KultivierungsforscherInnen danach gefragt.

Basierend auf diesen beiden Grundannahmen leitet Shrum fünf empirisch überprüfbare Hypothesen ab. Diese sind bei Shrum (2009) dargestellt. Der Vollständigkeit halber, werden an dieser Stelle die zentralen Forschungsergebnisse referiert.

### ***Hypothese 1: Fernsehen beeinflusst die Zugänglichkeit***

Shrum und O’Guinn (1993) demonstrierten, dass die Nutzungshäufigkeit die Zugänglichkeit eines Konstruktes erhöhen kann: Diejenigen, welche vergleichsweise häufiger fernsahen, überschätzten den Anteil einer im TV überrepräsentierten sozialen Kategorie. Zusätzlich, und das ist das wesentliche Ergebnis dieser Studie, gaben diejenigen, welche häufiger fernsahen, ihre Urteile schneller ab: Dies festigt die Annahme, dass bei VielnutzerInnen die relevante Information zugänglicher ist. Zugänglichkeit wurde hier als Urteilslatenz (Antwortgeschwindigkeit, = non-self report Daten) operationalisiert. Der Accessibility-Effekt konnte in anderen Studien der Shrum Gruppe repliziert werden (O’Guinn & Shrum, 1990; O’Guinn & Shrum 1997; Shrum 1996; Shrum, O’Guinn, Semenik, & Faber, 1991).



Busselle (2001) konnte den Accessibility-Effekt (gemessen über die Latenz) nicht replizieren: TV-Nutzung korrelierte nicht mit der Antwortlatenz. Jedoch führte der Autor „several possible reasons“ (60) an, warum dieser Effekt in seiner Studie nicht nachgewiesen werden konnte (z.B.: Instruktion könnte als Quellen-Prime gedient haben, vgl. Hypothese 3 des Shrum'schen Modells). Aber auch Busselle und Shrum (2003) konnten keinen Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit und der Antwortlatenz nachweisen. Dieser Befund wird leider nur in einer Fußnote (Nummer 3) berichtet. Es wird nicht näher auf diesen Befund eingegangen. Eine Überprüfung mittels der Antwortlatenz durch ein externes Forscherteam, welches von Shrum und KollegInnen unabhängig ist, steht noch aus.

Antwortlatenzen sind ein indirekter Indikator für die Zugänglichkeit eines Konstruktes im Gedächtnis. Busselle und Shrum (2003) strebten daher eine methodische Erweiterung an: Es wurde die *subjektiv eingeschätzte Leichtigkeit des Abrufs eines Exemplars* (= self-report Variable) erhoben. ProbandInnen sollten konkrete Beispiele zu verschiedenen Themen angeben. Manche dieser Themen werden häufig im TV präsentiert und gleichzeitig selten persönlich erlebt (z.B. Gerichtsverhandlung, Mord). Andere Themen werden mit einer höheren Wahrscheinlichkeit auch direkt erlebt (z.B., Unfälle, Verabredungen). Hypothesenkonform zeigte sich, dass die subjektiv eingeschätzte Leichtigkeit des Abrufs eines Exemplars mit der Nutzungshäufigkeit von TV-Inhalten in welchen die Konstrukte präsentiert werden (z.B. Soaps, Nachrichten, nicht Sportsendungen) korrelierte - jedoch nur bei solchen Themen, die in den TV-Inhalten häufig präsentiert werden und zeitgleich die direkte Erfahrung gering ist. Diese Studie verdeutlicht, dass die subjektiv eingeschätzte Leichtigkeit des Abrufs (als sogenannte metakognitive Erfahrung, vgl. Schwarz, 2012) die Urteilsbildung beeinflusst (vgl. Shrum, 2009).

Es scheint so zu sein, dass Medien die Zugänglichkeit von relevanten Gedächtnisinhalten beeinflussen. Die Frage ist wie Zugänglichkeit am besten operationalisiert wird. Die Antwortlatenz wurde am häufigsten verwendet.

Ein Nachteil dieser Methode ist, dass sie Zugänglichkeit nur indirekt misst. Zusätzlich sind die Befunde hier nicht eindeutig und eine Überprüfung im Tageszeitungs-Kultivierungszusammenhang steht noch aus. Auch die Operationalisierung mit der subjektiv eingeschätzten Leichtigkeit wurde im Tageszeitungs-Zusammenhang noch nicht getestet. Zudem korrelierte die Antwortlatenz nur moderat mit der eingeschätzten Leichtigkeit in der Studie von Busselle und Shrum (2003, Pearson  $r$ 's zwischen .29 und .42).

### *Hypothese 2: Zugänglichkeit ist ein Mediator im Kultivierungsprozess*

Es wird angenommen, dass die Zugänglichkeit von relevanter Information als Mediatorvariable (vgl. Baron & Kenny, 1986) zwischen Nutzungshäufigkeit und dem Kultivierungsurteil agiert. Dies ist bedeutend um das Zugänglichkeits-Konzept in den Kultivierungsprozess integrieren zu können. Nur wenn die (durch die Mediennutzung erhöhte) Zugänglichkeit auch wirklich die Urteilsbildung beeinflusst, kann von der Wirksamkeit der Zugänglichkeits-Heuristik im Kultivierungszusammenhang gesprochen werden. Gibt es keinen Zusammenhang zwischen der Zugänglichkeit und dem Kultivierungsurteil, ist die Zugänglichkeitserklärung falsifiziert.

Shrum (1996) zeigt via Pfadanalyse, dass diese Annahme empirisch bestätigt werden kann: Wenn die Zugänglichkeit (wieder als Urteilslatenz operationalisiert) kontrolliert wird, dann verringert sich der direkte Effekt der Nutzungshäufigkeit des Mediums auf das Kultivierungsurteil. Somit dient die Zugänglichkeit als (partieller) Mediator im TV-Kultivierungsprozess.

Schon bei Shrum und O'Guinn (1993) lassen sich Hinweise für die Mediatorrolle der Zugänglichkeit finden: Wenn die Zugänglichkeit (Antwortlatenz) statistisch kontrolliert wurde, dann verringerte sich der Zusammenhang zwischen der TV-Nutzungshäufigkeit und den Urteilen erster Ordnung.

Busselle (2001) überprüfte diese Hypothese in einer eigenen Studie. Er teilte ProbandInnen per Zufall auf eine von zwei Bedingungen zu. Es gab zwei Aufgaben. Aufgabe A bestand darin für drei Kategorien („a husband or a wife having an affair“, „a black medical doctor“, „someone shot with a gun“) ein konkretes Beispiel zu finden. Aufgabe B bestand darin Einschätzungen erster Ordnung bezüglich der sozialen Realität abzugeben („What percent of married Americans have extramarital affairs?“, „What percent of medical doctors are Black?“, „Other than in hunting accidents and war, what percent of Americans are shot with a gun in their lifetime?“). In der experimentellen Bedingung 1 erledigten die ProbandInnen zuerst Aufgabe A und dann Aufgabe B. In Bedingung 2 war die Reihenfolge genau umgekehrt. Somit repräsentiert Bedingung 2 die Datenerhebung innerhalb der meisten Kultivierungsstudien. Es wurde vermutet, dass ein Kultivierungseffekt nur in Bedingung 2 beobachtet werden kann: Durch den Abruf von konkreten Beispielen vor dem Urteil in Bedingung 1 (Aufgabe A) ist der „Zugänglichkeitsvorteil“ der VielseherInnen „verspielt“. Durch das Abrufen ist die Zugänglichkeit unter Nicht-, Wenig-, und VielseherInnen egalisiert, weil alle ein Beispiel abgerufen haben. Konsistent mit dieser Annahme wurde ein Kultivierungseffekt nur in Bedingung 2 gefunden.

Die Studie von Busselle (2001) bestätigt somit den Link zwischen Zugänglichkeit und Urteil. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass der Autor keinen Link zwischen der TV-Nutzungshäufigkeit und der Antwortlatenz nachweisen konnte.

Auch Hypothese 2 konnte tendenziell bestätigt werden. Es sind aber auch hier Ungereimtheiten aufgetaucht und auch hier gibt es noch keine befriedigende Überprüfung durch ein von Shrum und KollegInnen unabhängiges ForscherInnenteam.

### *Hypothese 3: Informationen aus der Medienwelt werden für das Urteil verwendet.*

Implizit wird im Modell davon ausgegangen, dass relevante Information aus der Medienwelt für das Kultivierungsurteil verwendet wird. Hier wird argumentiert, dass Personen im Rahmen solcher Urteile typischerweise nicht lange über die Quelle der Information nachdenken. Folglich wird die Information über die Quelle der Information (z.B. die eingeschätzte Glaubwürdigkeit) nicht als zusätzliche Information bei der heuristischen Konstruktion des Urteils eingesetzt. Für das Fernsehen wird nun argumentiert, dass im Falle der Salientmachung der Quelle vor der Urteilsabfrage (= „Quellen-Priming“, vgl. Kapitel 3.2.1), der Kultivierungseffekt reduziert werden sollte. Die Annahme ist, dass die Fiktionalität der aus dem TV stammenden Gedächtnisinhalte erkannt wird, und folglich zu einem „source-discount“ führt (d.h. die mediale Information wird für das Urteil nicht verwendet). Für den Tageszeitungskontext muss diese Überlegung angepasst werden: Sollte die Tageszeitung eine hohe Glaubwürdigkeit besitzen, dann sollte der Effekt sogar stärker werden, weil die Wahrscheinlichkeit, dass Informationen aus diesem „glaubwürdigen“ Medium verwendet werden, erhöht wird (vgl. die detaillierte Argumentation in Kapitel 2.3.2.2). Wird die Quelle jedoch als inadequat eingestuft, dann sollte sich wie beim TV ein reduzierender Quellen-Prime Effekt zeigen.

Quellen-Priming wurde in verschiedenen TV-Studien untersucht (An, 2008; Brewer & Ley, 2010; Bradley, 2007; Shrum et al., 1998; Zhang & Krcmar, 2004; Jin & Jeong, 2010). Es konnte empirisch für den TV-Kontext gezeigt werden, dass ein Quellen-Prime den Kultivierungseffekt reduziert (An, 2008; Bradley, 2007; Jin & Jeong, 2010; Shrum et al., 1998; Zhang & Krcmar, 2004). Die Befunde sind jedoch nicht eindeutig: So konnten Brewer und Ley (2010) keine unterstützende empirische Evidenz präsentieren und auch die Ergebnisse einer meta-analytischen Betrachtung bei Shanahan und Morgan (1999) zeigen, dass die Effektgrößen des Kultivierungseffektes in Studien mit einer „Sensibilisierung“ (d.h. Erwähnung des Fernsehen vor der Urteilsabfrage) sogar etwas stärker ausfallen. In diesen Studien wurde die

Quellen-Prime-Hypothese jedoch nicht ausdrücklich getestet. Folglich ist die interne Validität dieses Vergleichs begrenzt. Außerdem ist der Vergleich von 8 „Sensibilisierungs“-Studien mit 34 „Non-Sensibilisierungs“-Studien ungleich: In dieser meta-analytischen Review gingen Studien mit verschiedensten Themen und Effektebenen ein. Die Quellen-Prime Hypothese gilt jedoch nur für Urteile erster Ordnung! In der Meta-Analyse ist nicht ersichtlich welche Effektebenen hier verrechnet wurden. Daher ist die empirische Evidenz der Meta-Analyse im Hinblick auf die Testung der Quellen-Prime Hypothese ungeeignet. Dasselbe Problem liegt auch der Studie von Brewer und Ley (2010) zu Grunde: Die Autoren spezifizierten nicht, um welche Effektebene es sich handelt. Die Sichtung der Items deutet jedoch auf Urteile zweiter Ordnung hin (= aus der Medienwelt abgeleitete Ansichten, Einstellungen, oder Werte). Brewer und Ley konnten keine Quellen-Prime Effekte nachweisen. Diese Studie widerlegt somit jedoch nicht die Quellen-Prime Hypothese, weil diese – und das muss noch einmal hervorgehoben werden – nur für Urteile erster Ordnung gilt (wie das gesamte Shrum'sche Modell!).

Bei den anderen zitierten Studien konnte der Effekt eines Quellen-Primes immer nachgewiesen werden, wenn auch ein Kultivierungseffekt beobachtbar gewesen ist. Das ist ein weiterer heikler Punkt: Um Prozess-Hypothesen prüfen zu können ist es ratsam einen „Modell-Kultivierungseffekt“ (analog zu Modellorganismen im Tierversuch) zu besitzen, der mit einer hohen Wahrscheinlichkeit reproduzierbar ist. Nur wenn wir sicher sein können, dass ein spezifischer Kultivierungseffekt existiert, steht die Überprüfung von Prozess-Hypothesen auf festem Fundament. So untersuchten etwa Jin und Jeong (2010) zwei abhängige Variablen erster Ordnung. Bei einer konnte kein Kultivierungseffekt nachgewiesen werden. Daher konnte bei dieser von vornherein kein Quellen-Prime-Effekt auftauchen. Dies ist jedoch keine Falsifikation der Quellen-Prime Hypothese, sondern der across-the-board-Kultivierungshypothese (in diesem Fall jedoch auch nicht dies, weil hier die Ableitung aus der inhaltsanalytischen Evidenz suboptimal erfolgte). Bei der zweiten abhängigen Variablen zeigte sich jedoch ein Kultivierungseffekt. Erst wenn sich dieser zeigt, kann auch der Effekt eines Quellen-Primes untersucht

werden. Die Daten zeigen genau dies: Ist der Kultivierungseffekt in der No-Priming Bedingung signifikant, verschwindet dieser als ein Quellen-Prime präsentiert wurde.

Alle der Quellen-Prime Studien gingen empirisch vor. Es gibt eine Ausnahme: Bradley (2007) präsentierte eine Reihe an Simulationen mit der Methode der neuronalen Netze (engl.: „neural network simulations“). Er spezifizierte die modelltheoretischen Annahmen und ließ das Modell „lernen“. Anschließend „befragte“ er es nach „seinen“ Einschätzungen bezüglich Ausschnitten der sozialen Realität. Auch die Simulation konnte einen Quellen-Prime Effekt zeigen. Natürlich haben Simulationen immer Grenzen, jedoch ist diese Studie als wertvolle Ergänzung zu den anderen zu sehen.

Indirekte Evidenz dafür, dass Medieninformation (z.B. konkrete Beispiele einer Kategorie) für die Urteilsbildung verwendet werden zeigen die zuvor beschriebenen Studien, in welchen Reaktionszeiten gemessen wurden (vgl. Shrum, 2001). Wenn Medieninformation von VielnutzerInnen zurückgewiesen werden würde (engl.: „discounted“), dann sollten diese Personen zusätzliche Erinnerungen für das Urteil aus dem Gedächtnis abrufen. Dies würde in eine längere Urteilslatenz münden. Folglich sollten VielnutzerInnen länger für das Urteil brauchen, wenn ein Discounting-Prozess im „normalen“ Modus der Urteilsbildung innerhalb von Kultivierungsstudien (= heuristische Urteilsbildung) stattfindet. Dies ist nicht der Fall: VielnutzerInnen zeigen schnellere Antwortzeiten.

Die Rolle eines Quellen-Primes im Tageszeitungs-Kontext wurde bisher noch nicht getestet sieht man von einer „Nebenbei“- Prüfung bei Brewer und Ley (2010) ab. Hier wurden jedoch keine Koeffizienten berichtet. Zudem ist diese Studie nicht interpretierbar, weil, wie bereits argumentiert, Urteile zweiter Ordnung verwendet wurden. Daher wurde im Rahmen des Dissertationsprojektes der Effekt eines Quellen-Primes im Tageszeitungs-Kontext in einer eigenen Studie überprüft (vgl. Kapitel 3.2.1). Wenn ein Quellen-Prime Effekt nachgewiesen werden kann, erhöht dies zusätzlich die

interne Validität des Kultivierungsmodells: Ein Prime dürfte nur dann einen reduzierenden Effekt haben, wenn (1) die Nutzungs-Variable einen kausalen Effekt auf die Anteilseinschätzung hat (vgl. Shrum et al., 1998), und wenn (2) die Quelle (= Tageszeitung) als inadäquat eingestuft wird. Gerade der letzte Punkt ist überaus bedeutsam: Wenn die Quelle sehr positiv und als adäquat eingestuft wird, dann sollte ein Quellen-Prime sogar einen verstärkenden Effekt auf den Kultivierungseffekt haben, weil dieser die ProbandInnen veranlasst über die Quelle nachzudenken und damit über „spreading activation“ (vgl. Kapitel 2.3.2.1) assoziierte Gedächtnisinhalte aktiviert und dadurch ihre Zugänglichkeit erhöht (vgl. Bradley, 2007). So fand Shapiro (1991) folgendes interessante Phänomen: Wenn ProbandInnen beginnen Gedächtnisinhalte von einer bestimmten Quelle abzurufen, ist diese Quelle ein signifikanter Prädiktor der Quelle des nächsten abgerufenen Gedächtnisinhalts. In anderen Worten: Wird ein Beispiel aus dem TV abgerufen (z.B., ein Polizist aus einer Krimi-Serie), dann erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass in dem darauf folgenden Abruf wieder eine Information aus der Quelle TV abgerufen wird.

Abschließend sollte noch darauf hingewiesen werden, dass mit „Quelle“ (engl.: „source“) nicht nur der Produzent der Information gemeint ist. Quelle meint hier den Ursprung (bzw. den Kontext während der Enkodierung) der Entität im Gedächtnis: „Psychologically, that probably corresponds to some combination of the message producer, the delivery medium, and the genre within that medium“ (Shapiro, 1991, 20).

#### ***Hypothese 4: Die Motivation zur Urteilsbildung moderiert den Kultivierungseffekt.***

Die zweite Grundannahme des Shrum'schen Modells beinhaltet die Anmerkung, dass die Urteilsbildung heuristisch erfolgt. Wenn Personen ihr Urteil systematisch bilden, dann ist die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass nicht nur die ersten in den Sinn kommenden Gedanken (= zugänglichste Information) für das Urteil verwendet werden, sondern auch Informationen

die „tiefer“ liegen. Folglich sollten systematisch urteilende Personen mehr Informationen zur Urteilsbildung verwenden und Erinnerungen, die aus unvertrauenswürdigen Quellen stammen, eher zurückweisen. Ein Faktor, welcher beeinflusst, ob eher **heuristisch** (= wenig Elaboration) oder eher **systematisch** (= mehr Elaboration) geurteilt wird, ist die Motivation zur Urteilsbildung (vgl. zu heuristisch/systematisch: Eagly & Chaiken, 1993; Petty & Cacioppo, 1986; oder aktueller Petty et al., 2009). Personen, welche hoch motiviert sind, sollten systematisch(er) urteilen. In diesem systematischen Modus sollte die Wahrscheinlichkeit (1) der Berücksichtigung der Quelle (und folglich eines Discounting-Prozesses) und (2) die Berücksichtigung von anderen Gedächtnisinhalten (die von nicht-medialen Quellen stammen) zunehmen. Shrum (2001) manipulierte die Art der Urteilsbildung: Eine Gruppe urteilte heuristisch, eine weitere systematisch (erreicht durch eine „accuracy motivation/task importance“- Manipulation, vgl. Kapitel 3.2.2) und eine dritte Gruppe erhielt keine Manipulation (Kontrollgruppe). Die Kontrollgruppe urteilte somit im normalen „typischen“ Modus. Es wurde angenommen, dass sich Kontrollgruppe und heuristische Gruppe nicht unterscheiden. Die könne als Evidenz interpretiert werden, dass der „normale“ Urteilsbildungsmodus heuristisch ist. Dies zeigte sich in den Daten. Zusätzlich wurde angenommen, dass sich der Kultivierungseffekt bei systematischer Urteilsbildung reduziert. Auch diese Vermutung konnte bestätigt werden: Wenn systematisch geurteilt wurde, verschwand der Kultivierungseffekt.

Shrum (2001) weist jedoch auch richtigerweise darauf hin, dass Personen, auch wenn sie zu einer tieferen Verarbeitung hoch motiviert sind, Fehler im Hinblick auf das Erkennen der Quelle der abgerufenen Information machen können. Es gibt bereits empirische Evidenz, die zeigt dass eine generelle Tendenz zu Source-Confusing mit dem Kultivierungseffekt zusammenhängt:

Mares (1996) zeigt, dass diejenigen einen stärkeren Kultivierungseffekt zeigten, welche eine Tendenz hatten (als Trait-Variable konzipiert!) fiktionale Inhalte als Fakten zu verwechseln (z.B. kann ein Spielfilm mit Information X gesehen werden, aber anschließend geglaubt werden, dass Information X aus



einer Nachrichtensendung über reale Ereignisse stammt, engl.: *fiction-to-fact-confusion*). Folglich reicht oft die Motivation zur systematischen Urteilsbildung für einen Source-Discount Prozess wie ihn das Shrum'sche Modell beschreibt alleine nicht aus: Auch wenn durch einen Quellen-Prime oder durch die Manipulation der Motivation der Urteilsbildung ein stärker systematisch geprägter Modus eingeschlagen wird, kann durch Fehler in der Quellen-Zuschreibung ein Kultivierungseffekt entstehen (vgl. Shrum, 1997).

Shrum (2001) weist auch darauf hin, dass Source-Monitoring Fehler vom Involvement während der Rezeption abhängig sein könnten (durch besseres Abspeichern der Quelle erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass diese auch leichter abgerufen werden kann; vgl. hierzu auch Bilandzic's Perceived Distance Ansatz, Kapitel 2.2.9).

#### ***Hypothese 5: Die Fähigkeit zur Urteilsbildung moderiert den Kultivierungseffekt.***

Ein weiterer Faktor, welcher die Systematik der Urteilsbildung beeinflusst, ist die Fähigkeit zur Urteilsbildung. Erste Hinweise liefert die soeben zitierte Studie von Mares (1996): Personen, die dazu tendierten fiktionale Informationen bei der Urteilsbildung als faktuale Informationen zu etikettieren (Fehler bei der Quellen-Zuschreibung, = *fiction-to-fact confusion*), zeigten einen stärkeren Kultivierungseffekt.

Um Hypothese 5 gründlich in einer eigenen Studie zu testen, manipulierte Shrum (2007) die Fähigkeit zur Urteilsbildung über den Zeitdruck: Je höher der Zeitdruck ist, desto weniger Zeit kann für das Urteil verwendet werden und desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass das Urteil heuristisch gebildet wird. Konsistent mit dem heuristischen Prozessmodell war der Kultivierungseffekt in der Bedingung mit geringer Fähigkeit (heuristische Urteilsbildung, wurde über die Datenerhebungsmethode einer telefonischen Befragung manipuliert) größer, als in der Bedingung mit hoher Fähigkeit (Datenerhebungsmethode: Fragebogen, welcher den TeilnehmerInnen nach

Hause zugesendet wurde). Shrum argumentiert ausführlich, warum die telefonische Befragung eher in eine heuristische Urteilsbildung münden sollte und die postalische Befragung eher in eine systematische(re): ProbandInnen haben mehr Zeitdruck im Rahmen einer telefonischen als bei einer postalischen Befragung. Zeitdruck ist wiederum ein Prädiktor der Fähigkeit: Wenn nur wenig Zeit für ein Urteil vorhanden ist, dann steigt die Wahrscheinlichkeit des Anwendens eines heuristischen Urteilstils.

ProbandInnen wurden per Zufall entweder der Telefon-Bedingung oder der postalischen Bedingung zugeteilt. Die Ergebnisse dieser Untersuchung bestätigen die theoretische Annahme: Der Kultivierungseffekt war bei der telefonischen Befragung (hoher Zeitdruck = heuristische Urteilsbildung) größer als innerhalb der postalischen Befragung (geringer Zeitdruck = systematische Urteilsbildung).

Das Shrum'sche Modell ist im Moment der **dominierende Erklärungsansatz** für den TV-Kultivierungseffekt erster Ordnung. Einige der zentralen Annahmen – so die Arbeitshypothese – können unter der Berücksichtigung von Spezifika des Phänomens der TZ-Kultivierung für eben diese fruchtbar gemacht werden. Das heuristische Prozessmodell für den Kultivierungseffekt von Tageszeitungen ist zentral für die Modellentwicklung innerhalb des Forschungsprojekts, welches dieser Dissertation zu Grund liegt (Kapitel 2.3.2). Vor allem die zentralen Annahmen des Shrum'schen Modells werden im Rahmen der TZ-Kultivierung modelliert und einer empirischen Überprüfung unterzogen.

## 2.2.3. Weighing and Balancing Modell (Shapiro & Lang)

Shapiro (1991) und Shapiro und Lang (1991) stellen ein Modell des Kultivierungsprozesses vor, welches neben dem Shrum'schen Modell wohl eines der umfangreichsten theoretischen Beschäftigungen mit dem Kultivierungseffekt darstellt. Shrum (2007) weist darauf hin, dass beide Modelle sehr ähnlich sind, sich jedoch in einem wichtigen Punkt unterscheiden: Wie die Urteile „typischerweise“ gebildet werden. Dazu später.

Es wird angenommen, dass mediale Informationen relativ automatisch im episodischen Gedächtnis abgespeichert werden. Die emotionalen und kognitiven Reaktionen einer Person auf eine mediale Botschaft determinieren die Struktur und den Inhalt der „event memories“. Zu den medialen Informationen werden auch Kontextinformationen mit abgespeichert. Es wird nun angenommen, dass jede rezipierte mediale Information als eine neue Gedächtnisspur abgespeichert wird. Zusätzlich wird bei jeder dieser neu angelegten Gedächtnisspuren kontextuelle Information mit abgespeichert. Kontextuelle Information kann der emotionale Zustand der Rezipientin sein, aber auch die Quelle der Information.

Die Struktur als auch der Inhalt der Erinnerung determinieren wiederum wie diese Information im Rahmen der Konstruktion eines Kultivierungsurteils verwendet wird. Wenn ein Urteil gebildet werden soll, dann werden die vorhandenen Gedächtnisspuren abgerufen und es findet eine Art „Abwiegen und Ausbalanzierungsprozess“ (engl.: „weighing and balancing“) statt. Als Basis für diese Gewichtung der einzelnen Erinnerungen dienen die assoziierten Kontextinformationen (z.B. Quelle der Information). Die „Relevanz“ eines Gedächtnisinhalts wird zumindest zu einem Teil auf Basis der assoziierten Kontextinformationen bewertet. Grundsätzlich, so wird im Modell angenommen, sind Personen sehr gut darin die Relevanz von Ereignis-Erinnerungen zu bewerten. Jedoch, und das ist für die Kultivierungsforschung nun zentral, begehnen

Personen Fehler: Zum einen kann die Kontextinformation (z.B. Quelle der Information) vergessen werden. Zum anderen kann einer irrelevanten Erinnerung fälschlicherweise ein „relevanter“ Zusatz assoziiert werden (vgl. „fiction-to-fact confusion“ bei Mares, 1996, oder Kapitel 2.2.2). Zusätzlich spielt die Wichtigkeit der Entscheidung eine Rolle: Es wird angenommen, dass bei wichtig eingestuften Urteilen Personen stärker auf bewusste Strategien zur Urteilsbildung zurückgreifen und nicht so sehr auf relativ automatisch ablaufende (unbewusste) Strategien.

Über die Zeit sammeln VielnutzerInnen nun bedeutend mehr Ereignisse aus dem Fernsehen als WenignutzerInnen. Würde der *reality-monitoring* Prozess perfekt sein (= Personen könnten Gedächtnisinhalte im Hinblick auf ihre Relevanz für das Urteil immer „richtig“ gegeneinander abwägen und ausbalancieren), würde das Modell keinen oder nur einen sehr kleinen Kultivierungseffekt des Fernsehens vorhersagen. So würden etwa fiktionale TV-Informationen bei einem Urteil über die Realität niemals verwendet werden, weil diese aus einer inadecuaten Quelle kommen und somit eine niedrige Relevanzzuschreibung besitzen. Jedoch passieren ab und zu Fehler im Reality Monitoring (zur Häufigkeit eines solchen Fehlers: „probably modest“), welche daher in einen schwachen Kultivierungseffekt münden sollten.

Die Autoren gehen zusätzlich auf einige Merkmale ein, die Fehler im Reality Monitoring wahrscheinlicher machen.

1. Das richtige Erkennen einer Information als „fiktional“ bedeutet nicht automatisch, dass diese Information irrelevant für die Urteilsbildung ist. TV-Fiktion wird häufig mit dem Ziel produziert möglichst realistisch zu wirken (vgl. hierzu Gerbner's Ausführungen zum gegenständlichen Realismus, Kapitel 2.1.1.1). Zusätzlich können über die TV-Fiktion auch Bereiche der sozialen Wirklichkeit erlebt werden, die außerhalb des primären Erfahrungshorizontes der meisten Menschen stehen.
2. Gerade fiktionaler TV-Content könnte zu erhöhtem Source-Confusing führen: Gerade TV-Fiktion beinhaltet viele Charakteristiken der Realität (Sound, bewegte Bilder, „echte“ Orte etc.).

3. In faktualen Inhalten (z.B. in einer Nachrichtensendung) wird der Sachverhalt noch komplexer: Die Inhalte stammen vom Fernsehen (mediatisierte, nicht direkt erlebte Information), beziehen sich jedoch auf reale Sachverhalte.
4. Noch schwieriger wird das Relevanzurteil bei Sendungen, die zwar fiktional sind, jedoch den Anschein erwecken möchten, über „wirkliche“ Dinge (z.B. Beziehungen, Wohnungskauf, etc.) zu berichten.

Für die Tageszeitungs-Kultivierungsforschung ist nun zentral, dass Shapiro und Lang (1991) davon ausgehen, dass Fehler im Reality Monitoring nicht nur beim (fiktionalen) Fernsehen geschehen können, sondern auch bei (Print-) Nachrichtenmedien: „And because news about an event does not reflect the actual frequency of that event in the real world, memories of events from news may inflate a person’s estimates of the frequency of similar events“ (700).

Die frühen Studien (Hawkins et al., 1987; Potter, 1991; vgl. Kapitel 2.2.1) nahmen an, dass (1) Personen TV-Informationen wissend verwenden und dass (2) sie darüber Bescheid wissen, dass das Fernsehen die Quelle ist. Shapiro und Lang nehmen nun an, dass Personen generell *nicht* mediale Information zur Urteilsbildung benutzen, außer es passieren Fehler bei der Quellenzuschreibung. Ein Kultivierungseffekt entsteht nach Shapiro und Lang, weil solche Fehler im Source Monitoring passieren. Dieser Prozess geschieht größtenteils unbewusst. Daher kann diese Erklärung das Fehlen eines Zusammenhangs zwischen der Nutzungshäufigkeit und Ansichten über die TV-Welt und dem Zusammenhang der Ansichten über die TV-Welt und Ansichten über die Realität von Hawkins et al. (1987) erklären.

Sowohl das Weighing and Balancing Modell (Shapiro & Lang) als auch das heuristische Prozessmodell (Shrum) fokussieren auf erinnerungsgestützte Urteile (= memory-based, vgl. Kapitel 2.2.2). Shrum’s Modell erklärt nur Urteile erster Ordnung. Shapiro und Lang’s Konzeption schrenkt sich hier nicht explizit ein. Es gibt jedoch einen wesentlichen Unterschied zwischen dem Weighing and Balancing Modell und dem heuristischen Prozessmodell: Shapiro und Lang gehen davon aus, dass ein Source-Discount Prozess regelmäßig stattfindet. Das

heuristische Prozessmodell geht vom Gegenteil aus: Die Quelle der Information wird nicht berücksichtigt solange die Quelle nicht salient gemacht wird. Daher findet nach dem heuristischen Prozessmodell typischerweise *kein* Source Discounting statt.

Um diesen Sachverhalt noch einmal in anderen Worten zu verdeutlichen: Beide Modelle haben einiges gemein (z.B. Urteilkonstruktion läuft relativ automatisch ab). Sie unterscheiden sich allerdings im Hinblick auf die eingenommene Perspektive: Das Weighing and Balancing Modell startet bei der Vermutung, dass Personen Informationen gründlich prüfen (abwiegen und ausbalancieren) um die „Beweiskraft“ einer Erinnerung für das Urteil zu ergründen. Das heuristische Prozessmodell startet vom anderen Ende des Kontinuums: Es wird angenommen, dass Personen typischerweise nicht die Zeit und Energie aufwenden, um Erinnerungen vollständig abzurufen und diese gründlich zu überprüfen. Im Gegenteil, Personen als „cognitive misers“ benutzen Heuristiken („cognitive shortcuts“) wie etwa die Zugänglichkeit einer Erinnerung (Tversky & Kahneman, 1973) um darauf aufbauend schnell und „ökonomisch“ ihre Urteile bilden zu können (vgl. hierzu Shrum, 2007).

Im Grunde genommen ist das Weighing and Balancing Modell von Shapiro und Lang (1991) bis auf diese unterschiedliche Perspektive mit dem heuristischen Prozessmodell kombinierbar. Es ist zudem neben Shrum's Konzeption vermutlich die theoretisch elaborierteste Vorstellung. Es beschreibt deutlich die kognitiven Mechanismen, welche während dem Kultivierungsprozess ablaufen.

## 2.2.4. Tapper's Modell des Kultivierungseffektes

Tapper (1995) präsentierte ein Modell, welches versucht die Phänomene während der Enkodierung und Speicherung von Information zu beschreiben. In Bezug auf die Enkodierung kritisierte Tapper die „klassische“ Perspektive der Kultivierungsforschung, in deren Rahmen RezipientInnen als größtenteils passiv reagierende Wesen aufgefasst werden würden. Während Gerbner und Gross (1976) die Rolle des „aktiven“ Rezipienten und der „aktiven“ Rezipientin nicht thematisierten, betonte Tapper deren Bedeutsamkeit. Tappers Modell unterstreicht die aktive Rolle der RezipientInnen während der Aufnahme und Verarbeitung von Medieninhalten.

In Bezug auf die Speicherung von Inhalten im Gedächtnis folgte Tapper der Gedächtniskonzeption innerhalb der „adaptive control theory“ (ACT, Anderson, 1976, vgl. aber die Ausführungen von McNamara, 2005, zum aktuellen Stand von Spreading Activation Modellen): Das Gedächtnis besteht aus Gedanken (= „ideas“, d.h. aus „Konstrukten“ im Sinne des Shrum'schen Modells). Sind zwei Gedanken miteinander verbunden, bildet sich eine Assoziation (= „link“). Die Stärke der Assoziation variiert mit der „Verbundenheit“ dieser beiden (bzw. mehrerer) Gedanken. Je „näher“ sich zwei Gedanken stehen, desto stärker ist die assoziative Verbindung zwischen beiden (bzw. das „Gewicht“, = „weight“, der Verbindung steigt). Jedes Mal, wenn eine Verbindung zwischen beiden Gedanken hergestellt wird (z.B. wenn beide Konstrukte gleichzeitig innerhalb von Medieninhalten vorkommen), steigt das Gewicht der Assoziation. Umgekehrt sinkt die Stärke der Assoziation, wenn eine Verbindung „ruht“ (d.h. nicht aktiviert wird).

Wenn nun ein Kultivierungsurteil gebildet werden soll, dann beginnt jedes Individuum die Suche im Gedächtnis bei einem „zentralen Gedanken“ (engl. = „central idea“). Alle von diesem zentralen Gedanken ausgehenden assoziativen

Verbindungen werden nun aktiviert, falls diese ein gewisses Gewicht überschreiten (= „spreading activation“). Jede Suche im Gedächtnis ist durch die vorhandene Energie beschränkt. Die vorhandene Energie wird durch die Motivation eine möglichst vollständige Suche durchzuführen beeinflusst. Die Gedächtnissuche endet, wenn (1) alle relevanten Gedanken abgerufen wurden, wenn (2) die Energie verbraucht ist, oder wenn (3) genug Informationen für das Urteil abgerufen wurden.

Zwischen der Tapper'schen Konzeption und dem Shrum'schen Modell besteht eine hohe Ähnlichkeit. Shrum basiert seine Argumentation auf der Arbeit von Tversky und Kahneman (1973, 1974): Eine Person wendet die **Zugänglichkeitsheuristik** (= die zugänglichsten Informationen werden als Basis für das Urteil verwendet) dann an, wenn das Urteil auf Basis der Leichtigkeit mit welcher *konkrete Beispiele* oder *Assoziationen* (vgl. Tversky & Kahneman, 1973) abgerufen werden können, gebildet wird. „Konkrete Beispiele“ beschreiben ein spezifisches Konstrukt (d.h. ein „Exemplar“, vgl. Busselle, 2001, z.B. ein konkreter Arzt aus einer Fernseh-Serie). „Assoziationen“ beschreiben die Stärke einer Assoziation zwischen zwei Konstrukten (z.B. zwischen den Konstrukten „Arzt“ und „weiße Haare“). Diese Konzeption der Zugänglichkeitsheuristik kann ebenso im Rahmen des Tapper'schen Modells beschrieben werden: Ist ein Individuum nicht motiviert (= heuristische Urteilsbildung, d.h. wenig Elaboration), dann ist nur wenig Energie für die Gedächtnissuche zur Verfügung. In dieser Situation werden folglich nur diejenigen Gedanken abgerufen, welche mit dem zentralen Gedanken stark verbunden sind (d.h. nur die „zugänglichen“ Konstrukte werden abgerufen). Im Arzt-Beispiel könnte etwa ein Gedanken mit hohem assoziativem Gewicht „weiße Haare“ sein. Wird nun nach dem Anteil von Ärzten mit weißen Haaren innerhalb einer Kultivierungsstudie gefragt, sollte der Gedanke „weiße Haare“ bei VielnutzerInnen eine stärkere Assoziation mit dem zentralen Gedanken „Arzt“ zeigen, wenn weißhaarige Ärzte im TV deutlich überrepräsentiert sind. Folglich „schießen“ auch bei wenig zugeteilter Energie für die Gedächtnissuche Erinnerungen bezüglich des Konstruktes „weiße Haare“ schnell in den Sinn. Diese werden dann der Zugänglichkeitsheuristik folgend für die Urteilsbildung verwendet.



Ein weiterer für das vorliegende Forschungsvorhaben relevanter Aspekt der Tapper'schen Konzeption ist die Diskussion von affektiven Zuständen (engl. = „chronic affective states“). Tapper argumentiert, dass eine Person mit einer hohen Ausprägung bezüglich der chronischen Angst intensiver auf potentiell bedrohliche Reize (z.B. Bericht über ein gewalthaltiges Verbrechen) reagiert. Folglich könnte emotionales Erleben während der Rezeption von bedrohlichen Medieninhalten einen Effekt auf die Stärke des Kultivierungseffektes zeigen. Eine durchgeführte Studie, welche in Kapitel 3.1.2 dokumentiert ist, berücksichtigt das emotionale Erleben im Kultivierungsprozess. Wir gehen an dieser Stelle auf diesen Aspekt näher ein.

Der Kultivierungseffekt ist folglich sowohl mit Shrum's als auch mit Tapper's Konzeption erklärbar. Der Vorteil bei Shrum liegt in der Spezifikation konkreter empirisch testbarer Hypothesen. Diese lassen sich bei Tapper auch spezifizieren, nur sind sie „versteckter“ und müssen aus dem theoretischen Modell erst abgeleitet werden. Bei Tapper verspricht die Auffassung des Gedächtnisses als assoziatives Netzwerk von großem Nutzen. Die Netzwerkmetapher erlaubt die Beschreibung des Prozesses während der Urteilsbildung. Wir kommen auf diese Perspektive in Kapitel 2.3.2.1 zurück.

## **2.2.5. Rossmann's Integratives Modell**

Rossmann (2008) legte eine Publikation vor, in welcher versucht wird, die bisher zitierten Modelle in ein Prozessmodell zu integrieren. Ihr Modell beschreibt auch Kultivierungseffekte zweiter Ordnung (vgl. Kapitel 2.1.1.3.1). Es soll hier nur auf die relevant erachteten Modelldetails eingegangen werden, welche Effekte erster Ordnung erklären und für die Erforschung von TZ-Kultivierungseffekten fruchtbar gemacht werden können. Das Modell wird kursorisch dargestellt, um zuviel Redundanz mit den vorherigen Kapiteln zu vermeiden. Rossmann's Modell gliedert die Teilstrukturen in drei Hauptphasen: Informationsaufnahme,

Informationsspeicherung und Informationsabruf/ Urteilsbildung. Weiters diskutiert sie die Rolle von fünf in der Kommunikationswissenschaft bekannten und etablierten Konzepten im Kultivierungsprozess.

### *Informationsaufnahme*

RezipientInnen nutzen Medien selektiv. Sie können nicht als passive Wesen aufgefasst werden, welche die vorgesetzten Inhalte, ohne selbst Entscheidungen zu treffen, konsumieren. Folglich nutzen nicht alle VielnutzerInnen die gleichen Inhalte. Je nach individuellen Präferenzen werden Inhalte gewählt. Für die Kultivierungsforschung ergibt sich daher, dass, wie bereits formuliert, ein angemessenes Aggregationsniveau gewählt werden muss (vgl. Kapitel 2.1.1.3.4).

Entscheidend ist allerdings nicht allein, *was* durch die Medien vermittelt wird und *ob* die Inhalte rezipiert werden, sondern auch *wie* RezipientInnen die Inhalte aufnehmen. Wie bereits beschrieben, wies Newcomb (1978) auf dieses Problem hin: Die Kultivierungsforschung sollte berücksichtigen wie RezipientInnen die Botschaften wahrnehmen und interpretieren. Nach Rossmann ist die Wahrnehmung von drei Dimensionen abhängig:

- *Darstellungsmerkmale*: Die Ähnlichkeit zwischen RezipientIn und MedienakteurInnen, ein hoher Realitätsgrad und die Auffälligkeit von Medieninhalten erhöhen die Wahrscheinlichkeit, ob Fernsehinhalte wahrgenommen werden. Weitere Darstellungsmerkmale beeinflussen, wie die Inhalte wahrgenommen werden, z.B. episodische (= personen- oder ereigniszentriert) versus kontextreiche Darstellung von Inhalten oder der Humorgehalt.
- *Rezeptionsmerkmale*: Eine aktive Nutzungshaltung, welche zu einer aufmerksameren Rezeption führt, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass viele der enthaltenen Botschaften wahrgenommen werden. Auch parasoziale Beziehungen, ein hohes Identifikationspotential und ein hoher wahrgenommener Realitätsgrad dürften die Informationsaufnahme und somit die wahrgenommene Medienbotschaft beeinflussen.

- *Chronische Konstruktverfügbarkeit.* Chronisch verfügbar<sup>2</sup> werden Informationen dann, wenn sie über einen langen Zeitraum sehr häufig aktiviert werden. Die Verfügbarkeit ist folglich nicht nur kurzfristig, sondern längerfristig konstant auf einem höheren Niveau (= „chronisch“, vgl. Bargh, Bond, Lombardi, & Tota, 1986). Rossmann (2008, 253) gibt für das Konzept der chronischen Verfügbarkeit das folgende anschauliche Beispiel: Jemand, der über einen Zeitraum von mehreren Jahren regelmäßig Arztserien gesehen hat, danach für eine bestimmte Zeit nicht mehr, wird trotzdem stärker verknüpfte Fernsehbeispiele gespeichert haben als jemand, der nie Arztserien sieht.

Wenn ein Konstrukt chronisch verfügbar ist, dann beeinflusst dieses auch die Informationsaufnahme: Die in Medieninhalten verbreitete Information, für welche bereits chronisch verfügbare Konstrukte vorhanden sind (bzw. solche, die mit der Information in engem Zusammenhang stehen), werden leichter wahrgenommen. Dies gilt auch dann, wenn die Aufmerksamkeit niedrig ist.

Es wird weiters spezifiziert, dass chronisch zugängliche Konstrukte die Kultivierungsurteile stärker beeinflussen als kurzfristig zugängliche, außer letztere wurden kurz vor der Urteilsabfrage aktiviert. Wäre der Einfluss von kurzfristig aktivierten Konstrukten genauso stark, würde die Nutzungs-Variable „Nutzung am selben Tag“ oder „Nutzung am Tag vor der Urteilsabfrage“ systematisch ein stärkerer Prädiktor des Kultivierungsurteils sein als die Variable der langfristigen Nutzungshäufigkeit.

### *Informationsspeicherung*

Rossmann (2008) folgt dem Netzwerkmodell des Gedächtnisses, wie dies auch Tapper (1995) tat: Bestimmte Ereignisse, Berufe, Verhaltensweisen, Ansichten, Realitätsausschnitte kommen in der Medienwelt häufiger vor als andere.

---

<sup>2</sup> „Verfügbarkeit“ wird hier synonym für „Zugänglichkeit“ verwendet (vgl. Kapitel 2.2.2).

VielnutzerInnen nehmen die im Vergleich zur Realität deutlich überrepräsentierten Informationen häufiger wahr (da die Aufmerksamkeitsschwelle niedriger ist), die kognitiven Einheiten im Gedächtnis werden häufiger aktiviert und das Gewicht der Assoziation wird stärker. Dies führt zu einer höheren Zugänglichkeit. Im Extremfall – bei der wiederholten Rezeption von kumulativ und konsistent dargebotenen (verzerrten) Realitätsausschnitten – werden die (verzerrten) Konstrukte chronisch verfügbar. Dies ist vor allem im Kultivierungskontext relevant.

Vor allem die Faktoren Aktualität, Lebhaftigkeit und Auffälligkeit nennt die Autorin neben der reinen *Häufigkeit der Aktivierung* als zentrale Prädiktoren einer höheren Zugänglichkeit:

- *Aktualität*. VielnutzerInnen nutzen das Medium per definitionem häufiger. Folglich ist bei ihnen auch die letzte Aktivierung des Konstrukts mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit erst kürzlich vergangen. Somit ist auch durch die Kürzlichkeit der Aktivierung die Zugänglichkeit von Informationen im Gedächtnis erhöht.
- *Lebhaftigkeit*. Eine „lebhaftere“ Darstellung (= nicht „trocken“ präsentiert) von relevanter Information sollte ebenfalls die Zugänglichkeit erhöhen. „Lebhafte“ Inhalte (vgl. Kapitel 3.1.2, bzw. Hogg & Vaughan, 2005, 62) sind emotional interessant (z.B. ein gewalthaltiges Verbrechen), lassen ein Bild vor dem geistigen Auge des Lesers oder der Leserin entstehen (z.B. eine detaillierte Schilderung des Verbrechens mit der Konzentration auf Details wie „blutüberströmt“ etc.) und sind dem Leser oder der Leserin „nah“ im Sinne der Zeit und des Ortes (z.B. ein Verbrechen, welches sich am Vortag in der Nähe der Wohnung des Lesers oder der Leserin ereignet hat).
- *Auffälligkeit*. Dieser Faktor ist bis jetzt noch nicht erwähnt worden. Zu recht weist Rossmann (2008, 304) darauf hin, dass sich die Verfügbarkeit von Konstrukten auch dann erhöhen kann, wenn Beispiele in der Medienwelt *unterrepräsentiert* sind. Dies sei dann der Fall, wenn die Darstellungen gewissen prototypischen Vorstellungen widersprechen.

Diese Informationen sind auffälliger und erhöhen – so die Annahme – die Zugänglichkeit.

Neben diesen drei Faktoren nennt Rossmann (2008, 307) weitere Merkmale, welche als „Determinanten der Speicherung von Fernsehinformationen“ gesehen werden können. Sie gliedert die Merkmale in folgende vier Kategorien:

- *Fernsehbotschaft*. Konsistente Inhalte
- *Botschaftmerkmale*. Lebhaftigkeit, Auffälligkeit, Ähnlichkeit, Positive Bewertung, hoher Realitätsgrad
- *Rezeption*. Häufigkeit, Aktualität
- *RezipientInnen/Rezeptionsmerkmale*. Prozessinvolvement, Elaboration, Themeninvolvement, Nutzungsaktivität, parasoziale Beziehungen, Identifikation, wahrgenommener Realitätsgrad

Für manche dieser Merkmale gibt es bereits empirische Hinweise, dass diese die Speicherung von Information direkt erleichtern. Bei anderen Merkmalen gibt es Hinweise, dass sie die Wahrnehmung von Information erleichtern. Auch Letzteres kann daher als „Determinant“ der Speicherung begriffen werden, da die Wahrnehmung von Information eine notwendige Bedingung für die Speicherung von Information ist. Um Redundanz zu vermeiden, sollen nur die Merkmale näher vorgestellt werden, welche in der vorliegenden Arbeit noch keine (bzw. eine in diesem Kontext zu geringe) Erwähnung fanden.

Der Faktor **Ähnlichkeit** wurde bereits in Kapitel 2.1.2.3 im Rahmen von Tageszeitungs-Studien erwähnt. Rossmann und Brosius (2005) zeigen mithilfe inhaltsanalytischer Daten (von allen Sendungen mit non-fiktionalem Inhalt, in welchen erwartet werden konnte, dass Schönheitsoperationen vorkommen), dass Schönheitsoperationen im Fernsehen häufig vorkommen und als geeignetes Mittel zur Steigerung von Attraktivität dargestellt werden. Am häufigsten unterzogen sich in der TV-Welt *junge weibliche* Personen Schönheitsoperationen. Weiters wurden vor allem Brustvergrößerungen im TV deutlich überrepräsentiert. In einer Befragung wurde die daraus abgeleitete Kultivierungshypothese getestet: Diejenigen, die häufiger Magazinsendungen nutzten, überschätzen die reale

Häufigkeit von Brustvergrößerungen. Das Beta-Gewicht der allgemeinen Fernsehnutzung zeigt in die richtige Richtung, wird allerdings nicht signifikant. Das ändert sich, wenn die Auswertung nur für *junge, weibliche* Personen (!) wiederholt wird: Das Beta-Gewicht wird signifikant und erklärt rund 7% an zusätzlicher Varianz. Folglich zeigte die allgemeine TV-Nutzung innerhalb der „ähnlichen“ Gruppe.

Das methodische Vorgehen wurde auf theoretische Annahmen gestützt, welche aus der *Theorie sozialer Vergleichsprozesse* (= „theory of social comparison processes“, Festinger, 1954) abgeleitet wurden: Innerhalb dieser Theorie wird davon ausgegangen, dass Menschen ihre eigenen Ansichten und Fähigkeiten permanent bewerten. Sind keine intersubjektiv überprüfbaren („objektiven“) Informationen vorhanden, dann orientieren sich Personen an den Ansichten und Fähigkeiten anderer. Konkret wurden innerhalb dieser Theorie drei grundlegende Hypothesen formuliert (vgl. hierzu auch Krämer, 2008, 259):

1. Im menschlichen Organismus besteht ein Trieb zur Bewertung der eigenen Meinungen und Fähigkeiten.
2. Insbesondere, wenn objektive Standards nicht zur Verfügung stehen, bewerten Menschen ihre Meinungen und Fähigkeiten durch Vergleich mit den Meinungen und Fähigkeiten anderer.
3. Die Tendenz, sich mit anderen zu vergleichen, ist umso größer, je ähnlicher die anderen Personen einem selbst sind.

Übertragen auf den Medienzusammenhang lässt sich die Vermutung äußern, dass Figuren innerhalb der Medienwelt einen Vergleichsmaßstab repräsentieren. Vergleichsprozesse finden vor allem mit solchen Personen statt, die dem Rezipienten oder der Rezipientin als *ähnlich* erscheinen. Folglich ist es erklärbar, warum junge Frauen in der Studie einen stärkeren Effekt zeigten: Diese soziale Kategorie ist in der TV-Welt bezüglich Schönheitsoperationen deutlich überrepräsentiert und da sich junge Frauen daher am besten mit den Personen der TV-Welt vergleichen konnten, zeigten diese tendenziell einen stärkeren Effekt.

Einen bemerkenswerten Effekt des Ähnlichkeits-Faktors konnte Morgan (1983) nachweisen. Die Vermutung war, dass RezipientInnen einen stärkeren Kultivierungseffekt (im Kriminalitätskontext) zeigen, wenn sie den „typischen“ Verbrechensopfern in der TV-Welt ähnlicher sind. Inhaltsanalytische Daten zeigten, dass Frauen, alte Menschen, Personen aus einer niedrigen sozialen Schicht, und Menschen mit nicht-weißer Hautfarbe als Verbrechensopfer überrepräsentiert sind. Für diese sozialen Kategorien wurden stärkere Kultivierungseffekte erwartet. Auch in dieser Studie wurden die relevanten Subgruppen gebildet und innerhalb derer die statistische Auswertung durchgeführt. Der Zusammenhang zwischen der TV-Nutzungshäufigkeit und dem Kultivierungsurteil (eingeschätzte Wahrscheinlichkeit in Gewalthandlungen verwickelt zu werden) war in diesen sozialen Kategorien am stärksten. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass empirische Evidenz aus dem TV-Kultivierungszusammenhang darauf hinweist, dass die Ähnlichkeit einen moderierenden Einfluss haben kann.

Rossmann und Brosius (2005) zeigen in der gleichen Publikation, dass der Faktor **Bewertung** innerhalb eines Berichts die Stärke des Kultivierungseffekts beeinflussen kann. In einem Laborexperiment wurde der Einfluss von Magazinbeiträgen (TV) auf die Realitätssicht bezüglich Schönheitsoperationen geprüft. Eine Versuchsgruppe sah einen Beitrag über Lippenvergrößerungen, in welchem die Lippenvergrößerungen positiv bewertet wurden: Drei Patientinnen unterzogen sich unterschiedlichen Methoden zur Lippenvergrößerung und zeigten sich nach der Behandlung damit zufrieden. Die zweite Versuchsgruppe sah einen (anderen) Beitrag über Lippenvergrößerungen, wobei dieser jedoch eine negative Bewertung enthielt. Beide Beiträge unterschieden sich somit nicht nur hinsichtlich der Bewertung – jedoch wurde dies im Hinblick auf die höhere externe Validität in Kauf genommen. Eine Kontrollgruppe erhielt einen Beitrag über Kleidung für Partys. Wie erwartet konnte im Rahmen der durchgeführten Post-Messung der Kultivierungsurteile ein Effekt nachgewiesen werden, jedoch nur in der Gruppe mit positiver Bewertung (die Gruppe mit der negativen Bewertung zeigte nur eine äußerst schwache Effektgröße): „Die Effekte auf Wahrnehmungsebene deuten darauf hin, dass die Bewertung eines Sachverhalts einen Einfluss auf die Häufigkeitsurteile hat“ (525). Rossmann (2008) versucht diesen Befund mit der

Lerntheorie von Bandura (vgl. zur „social cognitive theory“: Bandura, 2009) zu erklären: Nach diesem Ansatz beruht der Lernprozess unter anderem darauf, dass Menschen von Modellen lernen. Dieser Lernprozess wird nicht nur durch die Ähnlichkeit des Lernenden mit dem Modell verstärkt (vgl. Ausführungen zum Ähnlichkeits-Faktor), sondern auch durch die Tatsache, dass das Modell für sein Verhalten belohnt wird. Eine positive Bewertung eines konkreten Verhaltens kann als Belohnung gesehen werden. Folglich könnte der stärkere Effekt der positiven Bewertung (durch die Anwesenheit einer Belohnung) durch die sozial-kognitive Theorie von Bandura erklärt werden. Es soll jedoch auch darauf hingewiesen werden, dass es sich jedoch auch um ein methodisches Artefakt handeln könnte: Der Beitrag der positiven Gruppe enthielt drei Personen, welche sich eine Lippenvergrößerung machen ließen. Der Beitrag mit negativen Bewertung nur eine. Hier könnte schlicht und einfach – und das wäre vermutlich auch die am nahe liegende Interpretation – der Häufigkeits-Faktor für den größeren Effekt verantwortlich gemacht werden. Es muss daher offen bleiben, ob eine (positive) Bewertung den Kultivierungseffekt verstärkt oder nicht.

Von den Botschaftsmerkmalen ist noch der Faktor **hoher Realitätsgrad** relativ neu. Dieser verweist speziell auf den Unterschied Faktual-Fiktional. Somit ist dieser stark TV-spezifisch. In diesem Kontext wurden Studien durchgeführt, welche dokumentieren, dass TV-Inhalte mit hohem Realitätsgrad (z.B. realistisch gestaltete Fahndungssendungen, Nachrichten, Reality-Shows) tendenziell einen stärkeren Effekt zeigen als TV-Inhalte mit einem niedrigeren Realitätsgrad (z.B. Krimiserien, z.B. Holbert, Shah, & Kwak, 2004). Da diese Unterscheidung für Tageszeitungen nicht zentral ist – es gibt nur wenig deklariert Fiktionales in Tageszeitungen – wird dieser Faktor in diesem Zusammenhang nicht weiter diskutiert. Eine Variable, welche auch im TZ-Kontext relevant wäre und in gewisser Weise den „Realitätsgrad“ beschreibt, ist die *zugeschriebene Glaubwürdigkeit* (vgl. hierzu Studie 2, Kapitel 3.1.2).

Neben den bis jetzt beschriebenen Merkmalen der Botschaft, widmet sich Rossmann (2008, 155-216) auch der Bedeutung selektiver und aktiver Rezeption. Die Bedeutung selektiver Nutzung wurde bereits in Kapitel 2.1.1.3.4 behandelt.



Die Autorin benennt 5 in der Kommunikationswissenschaft bekannte und etablierte Konzepte, welche sie für eine aktive Rezeption verantwortlich macht: Nutzungsmotive, parasoziale Interaktion/Beziehungen, Identifikation, Involvement, wahrgenommener Realitätsgrad. Eine ausführliche Darstellung dieser Konzepte an dieser Stelle erscheint nicht zielführend. Vielmehr soll der Fokus auf die Bedeutung der Konzepte für die Kultivierungsforschung gelegt werden.

### **1. Nutzungsmotive**

Die Rolle von Nutzungsmotiven wurde besonders innerhalb des „Uses and Gratifications“-Ansatz erforscht (vgl. Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Innerhalb dieses Ansatzes geht es darum herauszufinden, wie RezipientInnen Medien nutzen um spezifische Bedürfnisse zu befriedigen, welche Nutzungsmotive dem Nutzungsverhalten zugrunde liegen, und welche Konsequenzen sich aus den Bedürfnissen und dem Nutzungsverhalten ergeben. Rubin (2009, 167) fasst die Befunde wie folgt zusammen:

- (Massen-)Kommunikatives Verhalten ist zielgerichtet.
- Menschen sind relativ aktive TeilnehmerInnen, die Medien und Medieninhalte auswählen (und werden nicht als passive Wesen betrachtet).
- Medien werden zur Befriedigung von Bedürfnissen genutzt.
- Prädispositionen, die Umwelt und Interaktionen mit anderen bilden gewisse Erwartungen an Medien und an Medieninhalte.
- Medien konkurrieren mit anderen Formen der Kommunikation (= „funktionalen Alternativen“) um Selektion, Aufmerksamkeit und Nutzung zwecks Bedürfnisbefriedigung. Der Grad der Befriedigung eines konkreten Bedürfnisses durch ein Medienangebot variiert von Individuum zu Individuum.
- In der Regel haben RezipientInnen auf den Kommunikationsprozess einen stärkeren Einfluss – aber nicht immer.
- Die „individuelle Initiative“ beeinflusst die Rezeption und die Konsequenzen der Rezeption (= „Effekte“). Innerhalb dieses

Prozesses dürften Medien individuelle Eigenschaften, soziale, politische, kulturelle oder ökonomische Strukturen der Gesellschaft beeinflussen, allerdings wiederum auch die Wahl eines Mediums.

Von Anfang an konkurrierten zwei gegensätzliche Sichtweisen. Einerseits wurde vermutet, dass eine eher passive Nutzungshaltung (habituell, ritualisierend) Kultivierungseffekte verstärkt, weil die RezipientInnen weniger aufmerksam sind und somit leichter beeinflusst werden können. Andererseits wurde - konträr zu der ersten Vermutung – angenommen, dass eine eher aktivere Nutzungshaltung (instrumentell) die Kultivierungseffekte verstärkt, weil sie mit einer größeren Motivation und Bereitschaft einhergeht, zu selektieren, zu interpretieren und auf Botschaften zu reagieren (z.B. die Inhalte zu speichern). Rossmann (2008, 217) kann bei der Betrachtung der rund 20 Kultivierungsstudien zum Einfluss von ritualisierten versus instrumentellen Nutzungsmotiven kein eindeutiges Muster erkennen. Es lässt sich eine schwache Tendenz dahingehend finden, dass eine aktive Rezeptionshaltung Kultivierungseffekte erster Ordnung verstärkt. Sie schlägt als mögliche Erklärung vor, dass eine aktive und aufmerksame Nutzung die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Informationen aus dem Medium im Gedächtnis gespeichert werden.

## **2. Parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehungen**

Horton und Wohl (1956) beschrieben bereits in den 1950er Jahren, dass ZuschauerInnen während der Rezeption mit TV-Persönlichkeiten (= „personae“) in eine gewisse Interaktion treten. Das TV vermittelt, so die Überlegungen der Autoren, die Illusion einer face-to-face Interaktion zwischen RezipientInnen und MedienakteurInnen. Wichtig ist darauf hinzuweisen, dass es sich hierbei um die Illusion einer Interaktion handelt – daher der Begriff *parasozial*. Anfänglich wurden unter den Personae meist NachrichtensprecherInnen oder ModeratorInnen verstanden. In der Zwischenzeit erweiterte sich diese Sichtweise dahingehend, dass

angenommen wird, dass grundsätzlich alle im Fernsehen auftretenden Akteure als Personae gesehen werden können. Folglich fallen unter diese Kategorie neben NachrichtensprecherInnen und ModeratorInnen auch Figuren aus fiktionalen Inhalten wie Serien, oder Filmen, aber auch PolitikerInnen, SportlerInnen, MusikerInnen, WissenschaftlerInnen und Zeichentrickfiguren. Giles (2002) kategorisiert die mögliche Bandbreite an MedienakteurInnen in folgende Kategorien:

- *First-order PSI*: MedienakteurInnen, die in der Realität existieren, sich im TV selbst repräsentieren und die ZuschauerInnen direkt ansprechen (z.B. NachrichtensprecherInnen).
- *Second-order PSI*: MedienakteurInnen, die in der Realität nicht existieren, jedoch von einem Schauspieler oder einer SchauspielerIn gespielt werden (z.B. Polizistin in einem Krimi).
- *Third-order PSI*: MedienakteurInnen, die in der Realität nicht existieren und nicht von SchauspielerInnen gespielt werden (z.B. Zeichentrickfigur).

Parasoziale Interaktionen finden immer statt, wenn mit Inhalten mit Medienakteuren interagiert wird. Diese sind jedoch von relativ kurzer zeitlicher Dauer. Treten wiederholt parasoziale Interaktionen mit einem Medienakteur auf, können sich parasoziale Beziehungen entwickeln. Diese sind zeitlich überdauernd. Parasoziale Interaktionen sind somit ein rezeptionsgebundenes Phänomen. Parasoziale Beziehungen lassen sich hingegen als rezeptionsüberdauernd auffassen.

Rossmann (2008, 188) stellt eine Studie vor, in welcher an einem Sample von 510 Jugendlichen die genrespezifische Kultivierung erforscht wurde. Wesentlich an dieser Stelle ist, dass die Zusammenhänge zwischen der Nutzungshäufigkeit von Genres und den Kultivierungsurteilen getrennt für die Gruppen mit niedrigen und hohen Werten auf einer Skala zur parasozialen Beziehung (Mediansplit) untersucht wurden. Es lässt sich kein eindeutiger Befund ableiten. Die Autorin folgert trotzdem (etwas mutig), dass die Ergebnisse tendenziell darauf hindeuten, dass „ein

höherer Grad an parasozialer Beziehungen den Einfluss des Fernsehens auf die Realitätswahrnehmung verstärken könnte“ (189). Sie beklagt allerdings zurecht den „mageren Forschungsstand“.

### **3. Identifikation**

Oft werden die Begriffe parasoziale Interaktion und Identifikation vermischt. Dadurch wurde die Trennungslinie beider Konzepte eher unscharf. Identifiziert sich ein Rezipient oder eine Rezipientin mit einem Medienakteur, dann versetzt er/sie sich in diesen hinein und erlebt die Handlung aus dessen Perspektive. Die Identifikation hängt, anders als parasoziale Interaktionen, in hohem Maße vom Grad der Ähnlichkeit zwischen den MedienakteurInnen und den RezipientInnen ab.

Die bereits referierten Studien im Rahmen der Vorstellung des Ähnlichkeitsfaktors (bei den Botschatsmerkmalen), Morgan (1983) und Rossmann und Brosius (2005), können dahingehend interpretiert werden, dass auch die Identifikation höher ausgeprägt war (weil durch den Ähnlichkeits-Faktor bedingt). Zusätzlich gibt es keine Kultivierungsstudie, die sich explizit mit diesem Faktor auseinandersetzt. Der Forschungsstand ist als ziemlich schlecht einzuschätzen.

### **4. Involvement**

Auch das Involvement-Konzept wird in der Literatur teilweise höchst unterschiedlich definiert. Ein entscheidendes Definitionskriterium ist, dass RezipientInnen bei hohem Involvement (oft synonym verwendete Begrifflichkeiten: Betroffenheit, Ich-Beteiligung, Interesse) höher motiviert sind, eine Botschaft zu verarbeiten (= systematisch, vgl. Kapitel 2.2.2). Das Involvement ist somit ein zentraler Faktor der Publikumsaktivität. Rossmann (2008, 195) unterscheidet zwischen zwei Formen des Involvements:

- *Themeninvolvement*. Diese Form wird als Voreinstellung, welche RezipientInnen in die Rezeptionssituation mitbringen, definiert (z.B.: „Wie interessant findet eine Person Thema X?“).
- *Prozessinvolvement*. Diese Form beschreibt die Ich-Beteiligung während der Rezeptionsphase: RezipientInnen konzentrieren sich hierbei (theoretisch) stärker auf die Inhalte, sind aufmerksamer, denken über die Inhalte mehr nach, identifizieren sich mit den MedienakteurInnen mehr und reagieren emotionaler. Andere Namen für diese Form des Involvements sind Absorption, Transportation, Präsenz, oder Immersion, d.h. Konzepte, die alle das „Versinken“ (sowohl kognitiv als auch affektiv) in Medieninhalte beschreiben (vgl. Kapitel 2.2.9).

Rossmann (2008) vermutet nun, dass beide Arten von Ich-Beteiligung für Kultivierungseffekte bedeutsam sein könnten. So ist es plausibel anzunehmen, dass die Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und Verarbeitung von Inhalten auf einem höheren Grad erfolgt, wenn das Thema für die RezipientInnen relevant ist (Themeninvolvement). Andererseits werden die Phänomene, bei welchen angenommen wird, dass sie bei einem hohen Grad an prozessuellem Involvement ablaufen (z.B. mehr Elaboration während der Rezeption), tendenziell für einen stärkeren Kultivierungseffekt verantwortlich gemacht.

Lücke (2006) untersuchte die moderierende Rolle von Themeninvolvement in Bezug auf Ernährung als abhängige Variable. Sie wertete die Kultivierungszusammenhänge getrennt für Personen mit wenig, mittlerem und hohem Themeninvolvement aus. Der Kultivierungseffekt bei hohem Themeninvolvement war tendenziell größer als der bei mittlerem und niedrigem Themeninvolvement. Die Befunde stützen die Überlegung, dass involvierte RezipientInnen die Informationen auf einem höheren Niveau verarbeiten und dadurch die Informationen besser abspeichern. In der Urteilsabfragesituation ist folglich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass mediale Informationen zur Urteilsbildung verwendet werden. In einer anderen Studie untersuchte Barth (1988) das Prozessinvolvement (als „gefühlsmäßige Beteiligung beim Fernsehen“ operationalisiert). Er zeigte, dass das

Prozessinvolvement neben dem Fernsehen ein weiterer Prädiktor ist. Ob das Prozessinvolvement jedoch als Moderatorvariable agiert, lässt sich aus den Befunden nicht schließen.

Generell ist Rossmann's Beitrag äußerst wertvoll, weil bestehende Ansätze zusammengefasst und in ein Modell integriert werden. Es gibt jedoch auch weitere kultivierungstheoretische Modelle, welche in Rossmann's Modell nicht berücksichtigt wurden und nun vorgestellt werden sollen.

## **2.2.6. Mental Models Approach (Roskos-Ewoldsen et al.)**

Roskos-Ewoldsen, Davies und Roskos-Ewoldsen (2004) versuchten die Netzwerk-Gedächtnisperspektive zu erweitern und stellten den *mental models approach* für die Kultivierungsforschung zur Diskussion. Es gibt mindestens vier Phänomene, welche durch das Mental Models Konzept gerahmt werden können:

1. Cognitive Maps: Hier liegt der Fokus auf räumlichen Beziehungen, welche einer Person erlauben sich in einer bekannten oder in einer unbekanntem Umwelt zu bewegen.
2. Bei dem zweiten Phänomenbereich handelt es sich um solche Probleme, bei welchen komplexe, natürliche oder technische Systeme verstanden werden müssen um Vorhersagen zu können wie diese Systeme arbeiten. Beispiel: Gravitation.
3. Deduktives Schließen. In diesem Fall helfen Mental Models der Person Konklusionen aus Prämissen zu schließen.
4. Repräsentation von realen oder vorgestellten Situationen. In diesen Modellen werden Informationen über den Event oder die Situation gespeichert.

Mental Models unterscheiden sich im Grad ihrer Abstraktheit. Die AutorInnen konzentrieren sich zunächst auf drei Ebenen: Das Kontinuum der Abstraktheit reicht von *Situationsmodellen* (sehr konkret), über *Mental Models* bis hin zu einem *Schema*: Situationsmodelle beinhalten die Repräsentation einer spezifischen Geschichte, welche räumliche und zeitliche Einschränkungen besitzt. Ein Mental Model ist eine abstraktere Repräsentation mehrerer ähnlicher Geschichten. Auch Mental Models haben räumliche und zeitliche Einschränkungen, jedoch sind diese weitaus schwächer als bei Situationsmodellen. Hingegen gibt es keine (oder bloß sehr reduzierte) räumliche und zeitliche Einschränkungen bei Schemata.

Die AutorInnen argumentieren nun, dass Netzwerkmodelle des Gedächtnisses zu statisch seien und eine Erweiterung zu einer Mental Models Perspektive notwendig sei. Die Grundüberlegung ist, dass während der Rezeption Situationsmodelle von den medialen Inhalten gebildet werden. Wird etwa ein Krimi im TV gesehen, wird die erzählte Geschichte in ein „inneres“ Situationsmodell übertragen. Diese Internalisierung der medialen Inhalte ist nicht linear analog im Sinne eines 1:1 Abgleichs, jedoch wird eine bedeutsame Ähnlichkeit zwischen den medialen Inhalten und dem Situationsmodell angenommen. Wichtig ist, dass Situationsmodelle nicht die Existenz eines assoziativen Netzwerks ausschließen. Vielmehr wird angenommen, dass Situationsmodelle neben anderen Typen mentaler Repräsentationen existieren. Situationsmodelle sind nicht komplette mentale Entsprechungen der medialen Inhalte. Sie sind abstraktere Repräsentationen. Es werden immer nur wichtige Teile der medialen Information ins Modell aufgenommen. Dies erlaubt eine ökonomische Repräsentation.

Ob nun ein solches Situationsmodell, welches während der Rezeption gebildet wurde, Realitätseinschätzungen beeinflusst, hängt von dem Grad der Übereinstimmung des Situationsmodells und der konkreten Situation während der Urteilsbildung ab. Ist die Übereinstimmung hoch, dann sollte ein Effekt beobachtbar sein. Ein Beispiel: Geht etwa eine Person in der Nacht durch einen Park, welcher einem Park ähnelt, den die Person am Vortag in einem Krimi gesehen hat und in dem ein Mord verübt wurde, dann könnte das Situationsmodell

vom Vortag aktiviert werden. Diese Aktivierung könnte zur Folge haben, dass die konkrete, reale Situation als bedrohlicher empfunden wird.

Natürlich könnte auch ein (abstrakteres) Mental Model aktiviert werden: Sieht diese Person mehrmals pro Woche die Krimi-Serie, in welcher häufig Morde in ähnlich aussehenden Parks verübt werden, dann wird aus den einzelnen konkreteren Situationsmodellen ein abstrakteres Mental Model. So beinhaltet dieses Mental Model nicht mehr die konkreten Informationen der Zeit und des Ortes, sondern abstraktere, für die Summe an Situationen „typische“ Informationen wie etwa „raschelnde Blätter“, „Parkbank“, „dunkler Weg“.

Diese Perspektive ist kompatibel mit dem Zugänglichkeits-Konzept (etwa bei Shrum's heuristischen Prozessmodell, vgl. Kapitel 2.2.2): Im Park-Beispiel ist die aus den Medien stammende Information zugänglich – durch die kürzlich erfolgte Aktivierung (Situationsmodell, = Recency-Faktor), oder durch die kumulative Aktivierung über einen längeren Zeitraum (Mental Model, = Frequency-Faktor).

Die AutorInnen argumentieren nun, dass RezipientInnen während der Rezeption ihr Situationsmodell auf Basis von 5 Dimensionen aufbauen: Zeit, Ort, Kausalität, Intentionalität, und involvierte Handelnde oder Entitäten. RezipientInnen überprüfen während der Rezeption des Narrativs ihr Situationsmodell auf diesen 5 Dimensionen und passen es den neu eingelangten Informationen an. Informationen zu diesen fünf Dimensionen werden folglich auch abgespeichert und sind die Basis zur Bildung von Mental Models. Für die Kultivierungsforschung schlagen die Autoren nun vor, dass alle fünf Dimensionen als abhängige Variable erforscht werden sollten, da sich die Forschung bisher bloß auf Akteure oder Events bezogen hat. Ein Beispiel: VielnutzerInnen von Western könnten den „Wilden Westen“ als bedrohlicher und gewalthaltiger empfinden als NichtnutzerInnen. Die AutorInnen vermuten, dass ein Kultivierungseffekt nur auf den Ort reduziert ist, welcher in den medialen Inhalten mitkommuniziert wurde. Folglich sollten VielnutzerInnen von Western nicht das New York der Gegenwart als gewalthaltiger interpretieren. Hingegen sollten VielnutzerInnen von Krimis, die in New York spielen, New York als gewalthaltiger wahrnehmen.



Die AutorInnen gehen nicht auf die Tatsache ein, dass assoziierte Informationen auch vergessen werden können (vgl. etwa Kapitel 2.2.3). Nach Rossmann's integrativem Modell (vgl. Kapitel 2.2.5) können Kultivierungseffekte auch bei systematischer Urteilsbildung auftreten, wenn nämlich die Kontextinformation („Quelle der Information“; in diesem Beispiel „Ort“, z.B. „Wilder Westen“) einfach vergessen wird. So gesehen ist die Argumentation an dieser Stelle etwas zu eindimensional. Zudem werden bei dieser Konzeption mögliche Transfereffekte (z.B. von „Wilder Westen“ auf „New York“) nicht berücksichtigt.

Die AutorInnen gehen zusätzlich einen Schritt weiter und versuchen eine Brücke zwischen der Individualebene der Mental Models und der Makroebene der Gesellschaft zu bilden: Sie weisen darauf hin, dass eine bloße psychologische Erklärung von Kultivierung zu kurz greift und Gefahr läuft den Terminus „Kultur“ von „Kultivierung“ zu verlieren. Daher wird das Konzept der *Cultural Models* eingeführt. Cultural Models sind gewissermaßen Mental Models, die innerhalb eines kulturellen Raumes von deren Individuen geteilt werden. Dadurch, dass angenommen wird, dass Massenmedien Situationsmodelle und Mental Models beeinflussen können, ist der Schritt zu Cultural Models nicht mehr weit: Massenmedien prägen die Mental Models der Mitgliedern einer Gesellschaft („should be able to shape an intersubjectively shared mental model at a cultural level“, Roskos-Ewoldsen et al., 2004, 357).

Es wird angenommen, dass es eine kritische Periode gibt, in der zumindest einige Cultural Models gebildet werden (z.B. in Bezug auf interpersonelles/interkulturelles Verhalten). Oft ist diese kritische Periode während der Kindheit und/oder Adoleszenz. Daraus leitet sich die Vermutung ab, dass auch der Kultivierungseffekt innerhalb dieser Altersgruppe größer sein sollte (vgl. Riddle, 2012).

Der Mental Models Approach erscheint als eine interessante Perspektive auf das Phänomen der Kultivierung. Jedoch – die AutorInnen weisen selbst darauf hin – gibt es zu vielen Annahmen noch keine empirische Evidenz. Zukünftige theoretische als auch empirische Arbeiten müssen die Relevanz dieses Ansatzes

erst herausarbeiten. Auch ein Update zu ihrer Perspektive (Roskos-Ewoldsen et al., 2009) scheint bezüglich dieses Punktes noch nicht überzeugend.

Der Ansatz steht nicht in Kontrast zu den bisher erläuterten Modellen des Kultivierungseffekts, sondern sieht sich als Ergänzung. Die Frage an zukünftige Forschung wird sein, ob der Mental Models Approach einen Mehrwert zu den bereits etablierten Perspektiven bieten kann.

## 2.2.7. Gratification/Cultivation Modell (Bilandzic & Rössler)

Eine weitere theoretische Perspektive wurde von Bilandzic und Rössler (2004) präsentiert. Ihr Gratification/Cultivation Modell startet mit der Annahme von drei wichtigen Phasen, welche bereits in anderen Arbeiten differenziert wurden: (1) Enkodierung und Speicherung von medialer Information, (2) Inferenzschlüsse über die Realität, und (3) Erinnerung und Konstruktion des Kultivierungsurteils. Jedoch ist das Wesentliche an ihrem Modell die Verbindung des **Uses-and-Gratification Approachs** (= UGA, vgl. zu diesem Ansatz: Rubin, 2009) mit dem Kultivierungsansatz. Dies ist nicht gänzlich neu. Nutzungsmotive finden sich bereits schon früher in Kultivierungsstudien. Das Neue ist jedoch die Bedeutung, welcher der UGA innerhalb dieses Kultivierungsmodells erhält.

Es erscheint an dieser Stelle nicht sinnvoll auf das gesamte Modell einzugehen, da hier viel Redundanz zu den bisher erwähnten Ansätzen herrscht. Vielmehr soll auf die Integration der Gratifikationsperspektive eingegangen werden. Die AutorInnen argumentieren, dass von RezipientInnen *gesuchte Gratifikationen* (engl.: „gratifications sought“, = GS) die Zuwendung zu Medieninhalten beeinflussen. Hier wird auf das Konzept der *Meta-Unit* verwiesen. Meta-Units sind latente, genreübergreifende Strukturen, welche konsistente Botschaften

beinhalten. So können etwa zwei relativ ähnliche Genres wie „Crime Drama“ und „Real-Life Police Shows“ sehr unterschiedliche *Meta-Narrative* (engl.: „metanarrative“) beinhalten („die Welt ist sicher“ versus „die Unschuldigen werden getötet“). Im Gegenteil können auf den ersten Blick sehr unterschiedliche Genres wie „Comedy“ und „Crime Drama“ das gleiche Meta-Narrativ kommunizieren („egal was passiert, alles wird gut ausgehen“). Die Annahme ist, dass Gratifikationen die Selektion (Was?) und Rezeption (Wie?) von medialen Inhalten beeinflussen, und somit in Folge auch den Kultivierungseffekt.

Damit ein Individuum seine Bedürfnisse mit Medieninhalten befriedigen kann, muss dieses gewisse Erwartungen gegenüber den medialen Inhalten haben. Hier gehört ein gewisses Wissen über die Inhalte dazu. Nun scheint die Annahme plausibel, dass Individuen Vorstellungen von Genres besitzen. Hier argumentieren die AutorInnen zu Recht, dass Genres wie Action, Crime, Talk Shows, Soaps und dergleichen interindividuell relativ ähnlich verstanden werden. Jedoch gibt es auch hier Schwierigkeiten, da oft Abweichungen zwischen der Genredefinition der ForscherInnen und der Genredefinition der ProbandInnen existieren. Methodisch bekommt man dies dadurch in den Griff, dass bei der Abfrage von Genrepräferenzen konkrete Beispiele für jedes Genre gegeben werden können.

Bei Meta-Units wird die Sache weitaus schwieriger. Es ist nicht einmal für die Wissenschaft möglich Meta-Units einfach und schnell zu definieren. Wenn man empirisch vorgeht, dass müssten über Inhaltsanalysen für einen Teilbereich der medialen Realität die verschiedenen Meta-Narrative erhoben werden. Hier könnte dann die Ähnlichkeit zwischen diversen Kategorien festgestellt werden, welche im Anschluss daran zu einer Meta-Unit zusammengefasst werden. Diese Meta-Unit zeichnet sich dadurch aus, dass sie in Bezug auf ein Meta-Narrativ am homogensten ist (im Vergleich zu einzelnen Genres, dem gesamten TV, oder der gesamten medialen symbolischen Umwelt). Das schließt natürlich nicht aus, dass eine Meta-Unit in Einzelfällen mit einem einzelnen Genre deckungsgleich sein kann (oder mit dem gesamten TV wie es Gerbner et al. annahmen, vgl. Kapitel 2.1.1). Das Problem in der modelltheoretischen Argumentation, dass die gesuchten Gratifikationen die Zuwendung zu einer Meta-Unit beeinflussen (und nicht zu einer Sendung, oder einem Genre), liegt darin, dass RezipientInnen

intuitiv die Meta-Units erkennen müssten. Nachdem Meta-Units und deren Meta-Narrative nicht einmal für die Wissenschaft einfach zu erschließen sind, müsste zuerst empirische Evidenz gesammelt werden, welche darauf hindeutet, dass RezipientInnen im Stande sind diese Meta-Units „nebenbei“ zu erkennen und auszuwählen.

Natürlich ist die Annahme des Gratification/Cultivation Modells, dass es natürlich zuerst einmal darauf ankommt, *was* eine Person rezipiert, zu bestätigen. Personen mit unterschiedlichen Präferenzen wenden sich unterschiedlichen Inhalten zu. Zudem beeinflussen Nutzungsmotive auch die Art *wie* rezipiert wird (z.B. eher passives „Berieseln lassen“ nach einem langen Arbeitstag, oder eher aktives „Mitdenken“ bei einer Diskussionssendung, vgl. Kapitel 2.2.5). Daher ist es ein Verdienst dieses theoretischen Beitrags, dass eine *motivationale Perspektive* in die Kultivierungsforschung forciert wird. So wird etwa vermutet, dass „nahe“ (close) Informationen der medialen Inhalte besser gelernt werden als „fernere“ (remote) Informationen. „Nah“ und „Fern“ ist hier definiert als Relevanz, welche wiederum als Distanz zum Alltag des Individuums definiert ist. Folglich ist hier nicht die räumliche Distanz wie bei Guo et al. (2001, vgl. Kapitel 2.1.2.3) gemeint. Bilanzic und Rössler meinen hingegen eine Alltags-Distanz (vgl. Kapitel 2.1.2.3.2 und Kapitel 2.2.9).

Unabhängig von der Problematik der modelltheoretischen Annahme der Wirkung von GS auf die Wahl einer Meta-Unit auf Seiten der RezipientInnen, ist das Konzept der Meta-Unit, bzw. das des Meta-Narrativs sehr fruchtbar. Es gibt keinen Grund, warum das Konzept der Meta-Unit nicht auf die Tageszeitungs-Kultivierungsforschung übertragen werden kann. Auch hier macht es Sinn von Meta-Units/Meta-Narrativen auszugehen, zumindest in einem theoretischen Sinn. Denn forschungspraktisch wird man weiterhin die klassischen Operationalisierungen verwenden müssen (Overall-Nutzung, Ressort/Genre-spezifische Nutzung), aus welchen jedoch anschließend eine Meta-Unit-Variable (als eine genauere unabhängige Variable mit stärkerem prädiktivem Wert) erstellt werden *kann*.

Das Gratification/Cultivation Modell unterstreicht damit die bereits hervorgehobenen Punkte, dass ein geeignetes Aggregationsniveau der Inhalte gewählt werden muss (um evidenzbasierte Kultivierungshypothesen ableiten zu können), und dass die Selektion und die Art der Rezeption von medialen Inhalten theoretisch eine Rolle spielen. Wir kommen auf den letzten Punkt explizit in Kapitel 3.1.2 zu sprechen.

## 2.2.8. Psychologisches Modell (Price und Tewskbury)

Das Erklärungsmodell, welches nun vorgestellt wird, ist für die Erklärung von Priming-Effekten erstellt worden. Es ist somit nicht explizit für den Kultivierungseffekt entwickelt worden. Nichtsdestotrotz, Price und Tewskbury (1997) stellen fest, dass ihr entwickeltes Modell den Kultivierungseffekt (Effekte erster Ordnung, vgl. Kapitel 2.1.1.3.1) erklären kann. Daher soll auch dieses Modell auch erwähnt werden. Das Modell hat keinen Namen erhalten. Da die Autoren ihr Modell unter dem Kapitel „A psychological model“ vorstellen, wird hier der Begriff „Psychologisches Modell“ verwendet.

Auch hier gibt es viel Redundanz zu bereits beschriebenen Konzepten: Das Psychologische Modell baut auf der kognitions- und sozialpsychologischen Priming Forschung auf und geht wie Shrum's heuristisches Prozessmodell (vgl. Kapitel 2.2.2) von der zentralen Rolle der Konstrukt-Zugänglichkeit aus. Gedächtnis wird im Psychologischen Modell wie bei Tapper (vgl. Kapitel 2.2.4) oder Rossmann (vgl. Kapitel 2.2.5) als assoziatives Netzwerk konzipiert. Ein Konzept im Gedächtnis eines Individuums (z.B. Kriminalität) kann *temporär zugänglich* sein (z.B. durch einen soeben rezipierten Artikel, welcher das Konzept Kriminalität beinhaltet) oder aber auch *chronisch zugänglich* sein (z.B. wurden über die letzten Wochen hinweg täglich Kriminalitätsberichte einer Tageszeitung

gelesen). Daher spielen auch in diesem Modell die bereits bekannten Faktoren *recency* und *frequency* eine bedeutende Rolle. „Chronisch“ meint, dass das Konzept relativ unabhängig von seiner letzten Aktivierung dauerhaft eine erhöhte Zugänglichkeit zeigt. Wie im Fall von Schmerzen: Stößt man mit dem Bein gegen einen Tisch, fühlt man einen temporären Schmerz, der in den meisten Fällen relativ rasch wieder vergeht. Hat man etwa Probleme mit den Bandscheiben, dann können allerdings chronische (Rücken-)Schmerzen existieren (ein oftmals schwächerer und diffuserer Schmerz).

Neben der Zugänglichkeit bezieht das Psychologische Modell auch den Faktor *Anwendbarkeit* (applicability) mit ein. Ein Konzept ist anwendbar, wenn „it’s key features correspond to the salient features of the stimulus“ (Price & Tewskbury, 1997, 190). In anderen Worten: Das Konzept ist anwendbar, wenn es als „passend“ für das Urteil angesehen wird. In den meisten Fällen werden „only the most prominent features of the construct“ (191) herangezogen. Die Integration der Anwendbarkeit eines Konzeptes impliziert einen Bewertungsprozess während der Urteilsbildung: Ist das Konzept für das Urteil adequat oder nicht? Dieser Prozess muss dem Individuum *nicht* bewusst sein: Ist ein Konzept sehr zugänglich, dann wird es in den meisten Fällen automatisch zur Urteilsbildung verwendet - außer es wird vom Anwendbarkeits-Bewertungsprozess als inadequat eingestuft (vgl. die konzeptionelle Nähe zu Shrum’s Source Discounting Prozess, Kapitel 2.2.2).

Das Psychologische Modell ist somit sehr nah an Shrum’s Modell angesiedelt. Wenn man einen Unterschied finden will, dann findet man diesen in der unterschiedlichen Gewichtung der Phasen des Kultivierungsprozesses: Das Psychologische Modell bezieht stärker den Rezeptionsprozess mit ein. Das heuristische Prozessmodell hingegen konzentriert sich auf die Situation der Urteilsbildung. Der in Psychologischen Modell diskutierte Anwendbarkeits-Faktor wird im Rahmen einer anwendungsorientierten Interpretation in Kapitel 2.3.2.2 eine Rolle spielen.

## 2.2.9. Perceived Distance (Bilandzic)

Schon Hawkins, Pingree und Adler (1987) argumentierten, dass es sich bei Einschätzungen erster Ordnung um Urteile handelt, die vom Alltag zu „weit“ entfernt sind: Gewöhnlich denken wir nicht über diverse Häufigkeitsverteilungen von sozialen Gruppen nach. Hingegen nahmen die AutorInnen an, dass Urteile zweiter Ordnung „näher“ beim Rezipienten angesiedelt sind. So erscheint es wahrscheinlicher, dass wir etwa eher eine Einstellung gegenüber Ärzten gebildet haben (z.B. „Ärzte sind positiv, weil sie uns helfen“), als dass wir uns über den prozentuellen Anteil von Ärzten an allen Berufstätigen Gedanken gemacht haben. Folglich gibt es bereits Vermutungen, dass unterschiedliche Arten von Urteilen (Realitätseinschätzungen, Einstellungsurteile) eine unterschiedliche „Distanz“ zum eigenen Alltag haben. Bilandzic und Rössler (2004) ergänzten diese Bemerkung hinsichtlich einer bedeutenden Spezifizierung: Distanz *innerhalb* einer Urteilsart (d.h. zwischen verschiedenen Realitätsbereichen). So ist etwa Kriminalität ein Teil des beruflichen Alltags von Richtern, die daher für gewöhnlich eine ausgeprägte Einstellung zu Kriminalität besitzen. Hingegen könnte für jemanden, der keine berufliche Erfahrung mit diesem Thema hat, die Distanz zum Thema Kriminalität stärker ausgeprägt sein. Letztere Person könnte eine weniger ausgeprägte (bzw. eine qualitativ verschiedene) Einstellung zu Kriminalität besitzen.

Bilandzic (2006) elaborierte diesen letzten Gedanken und entwickelte ihr Konzept der Distanz. Es werden zwei Ebenen der Distanz angeführt:

1. *experiential distance*. Diese Ebene resultiert aus der Aktivierung von Relevanzstrukturen der Rezipientin durch den medialen Content: Wenn der Medieninhalt aktuelle Erfahrungen berührt, dann empfindet die Rezipientin den Inhalt als „nah“ (engl.: „close“). Folglich wird ein Medieninhalt als nah eingestuft, wenn die Rezipientin im Stande ist ihre eigenen Erfahrungen mit dem Medieninhalt in Zusammenhang zu setzen.

Diese erste Distanz-Ebene steht in enger Verbindung mit der Resonanz-Hypothese (vgl. Kapitel 2.1.1.3.3): Persönliche Erfahrung, die mit der Medieninformation korrespondiert, sollte nach dieser Hypothese einen stärkeren Effekt produzieren („Doppeldosis“). In ähnlicher Weise berührt diese Distanz-Ebene auch die Impersonal Impact Hypothese (vgl. Kapitel 2.1.2.3), in welcher angenommen wird, dass der Kultivierungseffekt, abgefragt auf dem „ferneren“ gesellschaftlichen Level, stärker ausfallen sollte, als wenn auf der „nahen“ persönlichen Ebene abgefragt wird.

2. *mediated closeness*. Neben der Aktivierung von Relevanzstrukturen durch die medialen Inhalte (= experiential closeness), wird angenommen, dass Medieninformation auch ein Gefühl der Nähe, einfach durch das involvieren („in den Bann ziehen“) des Rezipienten, erzeugen kann. Dieses „Versinken“ des Rezipienten in die Geschichte wird als *Transportation* (engl.: „transportation“) bezeichnet. Sind RezipientInnen erst einmal in das mediale Narrativ transportiert, verwenden sie nicht mehr ihre eigenen persönlichen Relevanzstrukturen, sondern übernehmen die Relevanzstrukturen der Charaktere. Das Ergebnis der Transportation ist *Mediated Closeness*. Im Prozess der Transportation spielt die Einbildungskraft eine bedeutende Rolle, welche die Transportation beeinflusst. Bilandzic verweist in ihrer Arbeit auf das Transportation Imagery Modell (Green & Brock, 2002) in welchem angenommen wird, dass sich RezipientInnen fiktionalen Inhalten zuwenden, um unterhalten zu werden. Daraus folgt, dass RezipientInnen weniger kritische Gedanken produzieren, wenn sie mit dieser Erwartungshaltung in die Rezeptionsphase eintreten. Es ist genau diese Reduktion von Gegenargument(ier)en, welche ein Narrativ persuasiv macht. Bei rhetorisch basierten Persuasionsversuchen spielt die kritische Rezeption eine bedeutendere Rolle. Das Wesentliche ist, dass ein Rezipient oder eine Rezipientin bei erfolgter Transportation auch dann keine kritischen Gegenargumente produziert, wenn die mediale Botschaft in oppositionaler Beziehung zum Rezipienten oder zur Rezipientin steht. Dies passiert, weil zum Entwerfen von Gegenargumenten Ressourcen notwendig sind. Da aber Transportation die gesamte Aufmerksamkeit der RezipientInnen



verlangt, haben RezipientInnen keine Ressourcen zur Bildung von Gegenargumenten zur Verfügung (= fehlende Fähigkeit, vgl. hierzu auch Proposition 5 des Shrum'schen Modells, Kapitel 2.2.2). Weiters wird angenommen, dass Personen auch nicht motiviert sind kritische Gegenargumente zu entwerfen, weil dies das Rezeptionserlebnis beeinträchtigt (= fehlende Motivation, vgl. hierzu auch Proposition 4 des Shrum'schen Modells, Kapitel 2.2.2).

Für den Tageszeitungs-Zusammenhang ist nun bedeutsam, dass postuliert wird, dass Transportation nicht nur bei fiktionalen Inhalten erfolgt, sondern auch bei faktualen Geschichten. Wie bereits gezeigt werden konnte, verändert das Labeling einer Geschichte („faktual“ oder „fiktional“) nicht den Effekt der Geschichte auf Outcome-Variablen wie etwa Einstellungen (Green & Brock, 2000).

Das Modell von Bilandzic (2006) diskutiert nun die vier möglichen Kombinationen aus der Kreuzklassifikation von Experiential Closeness (nah oder fern) mit Mediated Closeness (nah oder fern) und deren moderierenden Einfluss auf den Kultivierungseffekt erster und zweiter Ordnung. Die vier Rezeptionsmodi sind dynamisch zu verstehen: Der Wechsel zwischen ihnen erfolgt regelmäßig. Cues innerhalb der Medieninhalte beeinflussen die Wahl. Es sollen nur die moderierenden Effekte auf den Kultivierungseffekt erster Ordnung besprochen werden, die durch die vier Kombinationen theoretisch vorausgesagt werden:

1. **Passiver Modus** (Mediated Remoteness und Experiential Remoteness).

RezipientInnen, die ein Thema als „fern“ empfinden, sind eher geneigt die mediale Information schnell und ohne viel Ressourcen-Allokation zu verarbeiten. Da angenommen wird, dass das Merken der Quelle mehr Aufwand bedeutet als das Merken der medialen Information selbst, sollten Quelleninformation bei der Urteilsbildung (z.B. in einer Kultivierungsstudie) nicht ins Urteil einfließen (können). Im passiven

Modus sollte auch kein kritisches Gegenargumentieren entstehen, weil die zugeteilten Ressourcen auf einem Minimum gehalten werden. In diesem Modus sollten RezipientInnen auch keine Vergleiche zwischen der Medienwelt und der Realität anstellen, weil dies wiederum mehr Ressourcen erfordern würde, als von den RezipientInnen zugeteilt wurde. Da kein Discounting-Prozess bei der Urteilsbildung stattfinden sollte, sollte der Kultivierungseffekt erster Ordnung nach Bilandzic etwas stärker ausfallen („moderately strong first-order effects“).

2. **Kritischer Modus** (Mediated Remoteness und Experiential Closeness).

Wird das Thema als „nah“ empfunden, sollten mediale Informationen besser enkodiert werden. Folglich könnte die Information und die dazugehörige Kontextinformation „Quelle der Information“ besser abgespeichert werden. Auch die Urteilstkonstruktion (z.B. während einer Kultivierungsstudie) könnte systematischer ablaufen, was zur Folge hätte, dass die Quelle der Information mit einer höheren Wahrscheinlichkeit erinnert wird. Das Erinnern einer Information aus einer inadecuaten Quelle (fiktionaler Inhalt, unglaubwürdig, oder ähnliches) könnte daher zu einem Discounting-Prozess führen, den etwa Shrum's heuristisches Prozessmodell beschreibt (vgl. Kapitel 2.2.2). Es gibt jedoch keine empirische Evidenz, die darauf hinweist, dass ein Discounting-Prozess als Konsequenz einer gesteigerten Aufmerksamkeit während (!) der Rezeption auftritt (vgl. Shrum, 2004). Die bessere Abspeicherung während der Rezeption sollte einen Kultivierungseffekt *begünstigen*. Jedoch sollte die erhöhte Wahrscheinlichkeit des Abrufs der Quelle einen *reduzierenden* Einfluss auf die Stärke des Kultivierungseffektes haben (zumindest, wenn die Quelle als inadecuaten eingestuft wird, vgl. Kapitel 2.3.2.2). Zu der Frage ob und in welcher Stärke Kultivierungseffekte erster Ordnung innerhalb dieses Rezeptionsmodus auftreten meint Bilandzic: „first order effects?“.

3. **Transportations Modus** (Mediated Closeness und Experiential Remoteness). In diesem Rezeptionsmodus wird aktiv und mit hoher Aufmerksamkeit Medieninformation verarbeitet. Da allerdings

Transportation kritisches Denken unterdrückt, wird die Quelle der Information womöglich nicht gemerkt. Es wird angenommen, dass die Effekte erster Ordnung in diesem Modus stärker ausfallen („strong first order effects“).

4. **Erweiterter Transportations Modus** (engl.: „enhanced transportation mode“; Mediated Closeness und Experiential Closeness). Die Grundannahme innerhalb dieses Rezeptionsmodus ist, dass der Kultivierungseffekt erster Ordnung wie im Transportations-Modus ausfällt, jedoch der Effekt innerhalb dieses Modus noch größer ist. Experiential Closeness unterstützt die Transportation allerdings nur so lange die eigene Erfahrung im Rezeptionsprozess nicht zu dominant wird und den Fokus auf das Narrativ verringert. Zusätzlich ist der Effekt auch nur dann stärker, wenn die Information aus der Medienwelt konsistent mit den Einstellungen der RezipientInnen ist. Ist die Einstellung dissonant, dann beginnen RezipientInnen mit kritischem Gegenargumentieren und unterbrechen damit das Transportations-Erlebnis.

Die Stärke dieses Ansatzes liegt in der Verbindung von Variablen des Rezeptionsprozesses mit dem Kultivierungseffekt. Es ist allerdings noch eine detailliert empirische Überprüfung notwendig: Bilanzic und Busselle (2008) untersuchten die Rolle von Transportation im Kultivierungsprozess. In einem ersten Schritt wurde nach einem Prädiktor für Transportation gesucht. Es wurde vermutet, dass das Trait-Merkmal Transportabilität (engl.: „transportability“) die State-Variable Transportation vorhersagt. Transportabilität soll die Neigung einer Person messen, einfach und regelmäßig in Geschichten transportiert zu werden. Transportabilität sagte Transportation im Regressionsmodell ( $n = 162$ ) in drei unterschiedlichen Genres (romantic comedy, science fiction, crime thriller) signifikant voraus. Daher wurde Transportabilität als annehmbarer Prädiktor für Transportation gesehen. Die Autoren prüften zusätzlich, ob Transportabilität den genrespezifischen Kultivierungseffekt moderiert. Es konnte kein linearer Moderatoreffekt von Transportabilität nachgewiesen werden, jedoch zeigte sich ein Trend in Richtung eines non-linearen Moderatoreffekts: Das Sample wurde in

fünf etwa gleichgroße Subgruppen hinsichtlich der Transportabilitäts-Variable eingeteilt. In den niedrigen Gruppen zeigte sich kein signifikanter Effekt auf Kultivierungseffekte erster Ordnung. Erst bei den beiden Gruppen mit den höchsten Transportabilitätswerten zeigte sich ein Kultivierungseffekt, jedoch nur bei einer von drei Variablen erster Ordnung. Man muss jedoch festhalten, dass die durch die Gruppierung entstandenen Samplegrößen sehr klein sind (um die 30 Personen pro Gruppe), sodass die Beta-Gewichte instabil werden und relativ starke Ausprägungen zeigen müssten, um ein konventionelles Signifikanzniveau zu erreichen. Neben der Überprüfung der langfristigen kultivierenden Wirkung konnten die Autoren zusätzlich Daten der kurzfristigen Wirkung von den drei präsentierten Filmen der drei Genres (an denen die Transportabilität-Transportations Beziehung untersucht wurde) auf Kultivierungsurteile erster Ordnung präsentieren: Nur bei einem Film im Genre romantic love konnte ein positiver Beitrag von Transportation gemessen werden. Diejenigen, die stärkere Transportation zeigten, zeigten einen stärkeren kurzfristigen Effekt.

Insgesamt ist der Perceived-Distance Ansatz ein vielversprechender Zugang und eine Bereicherung für die Kultivierungsforschung. Es sollte grundsätzlich mehr auf die Rezeptionssituation eingegangen werden. Das derzeit dominierende Erklärungsmodell, das heuristische Prozessmodell von Shrum (vgl. Kapitel 2.2.2), geht auf die Rezeptionssituation leider nicht ein. Wie schon das Gratification/Cultivation Modell von Bilandzic und Rössler (2004) hebt der Perceived-Distance Ansatz von Bilandzic das Wechselspiel von motivationaler und persuasiver Komponente des Kultivierungsprozesses hervor: Werden im Gratification/Cultivation Modell die Gratifikationen (bekannt aus dem Uses-and-Gratification Approach) betont, wird bei dem Perceived-Distance Ansatz die Rolle von rezeptionsbegleitenden Variablen hervorgehoben. Für die Tageszeitungs-Kultivierungsforschung ist relevant, dass „Narrative“ im Modell sowohl fiktionale als auch faktuale Geschichten sein können. Jedoch muss hervorgehoben werden, dass sich Bilandzic in ihrer Argumentation vor allem auf fiktionale Inhalte konzentriert.

## 2.2.10. Zwischenfazit

Shrum's Modell ist der zentrale Erklärungsansatz für Kultivierungseffekte erster Ordnung. Dieses Modell hat sich als gängiger Erklärungsansatz durchgesetzt. Price und Tewksbury legten einen ähnlichen Erklärungsansatz vor. Zentral bei beiden Perspektiven ist die Rahmung mit dem Accessibility-Konzept. Das Weighing and Balancing Modell geht im Gegensatz zum heuristischen Prozessmodell davon aus, dass Informationen aus dem Gedächtnis abgerufen werden, „gewichtet“ und „ausbalanciert“ werden, die Quelle hier als Kontextinformation mit einfließt, und so ein Urteil gebildet wird. Shrum wendet sich dem Phänomen „von der anderen Seite“ zu: Im heuristischen Prozessmodell wird davon ausgegangen, dass die Urteile heuristisch gebildet werden, d.h. Quelleninformation wird im „typischen“ Urteilsbildungsmodus *nicht* verwendet. Das ist ein wichtiger Unterschied zwischen beiden Konzepten.

Rossmann diskutiert, dass auch Kultivierungseffekte bei systematischer Urteilsbildung entstehen können, und dass die Unterscheidung zwischen „memory-based“ (d.h. Entscheidung in der Urteilssituation) und „on-line“ (d.h. Entscheidung während der Rezeption, vgl. Hastie & Park, 1986) nicht dichotom erfolgen kann. Betreffend Effekte erster Ordnung tendiert aber auch sie eher für die memory-based Perspektive. Das Gratification/Cultivation Modell betont die Gratifikationen im Prozess. Diese beeinflussen die Auswahl des Contents (= notwendige Bedingung für Effekte; sieht man von Phänomenen wie dem Third-Person Effekt ab, vgl. Perloff, 2009) und auch die Art und Weise wie Inhalte rezipiert werden. Tapper bringt die Emotionalität der RezipientInnen während der Rezeption ins Spiel und dass diese den Effekt möglicherweise verstärken könnte. Eine allgemeine Netzwerkperspektive auf das Gedächtnis wie bei Price und Tewksbury (1997) erscheint vielversprechend und ist ein geeigneter Rahmen um Kultivierungseffekte erster Ordnung erforschen zu können. Der Mental Models Approach ist ein Versuch die Perspektive der Kultivierungsforschung zu erweitern. Wie bereits argumentiert wurde, ist die Nützlichkeit dieser Erweiterung noch nicht klar ersichtlich.

Ein Modell für den Kultivierungseffekt von Tageszeitungen muss neben den anderen hier referierten theoretischen Perspektiven auf jeden Fall die Befunde von Shrum und KollegInnen berücksichtigen und gleichzeitig den Unterschied zwischen TV-Kultivierung und TZ-Kultivierung herausarbeiten. Ein Versuch das Shrum'sche Modell auf den TZ-Kontext zu übertragen erscheint daher vielversprechend. Da das Shrum'sche Modell das gängige Erklärungsmodell für Kultivierungseffekte erster Ordnung darstellt, wird dieses für die TZ-Kultivierungsforschung diskutiert (vgl. Kapitel 2.3.2.2) und die erweiterte Version in zwei empirischen Studien überprüft (Kapitel 3.2.1 und 3.2.2).

Die bisherigen Ausführungen verdeutlichen, dass ein Modell fehlt, welches den *Prozess* zwischen kurzfristigen Effekten auf kultivierungstypische Variablen und langfristigen Kultivierungseffekten erklären kann. Dies wird in den bisherigen Konzepten nur ansatzweise erklärt: In den Zugänglichkeits-Modellen wird das Konzept der temporär erhöhten Zugänglichkeit mit dem Konzept der chronischen Zugänglichkeit erweitert (vgl. z.B. Kapitel 2.2.8): Wie es zu dieser im Zeitverlauf kommt und was sie im Kultivierungsprozess wirklich bedeutet wird nicht spezifiziert: Wie verändert sich die Effektgröße über die *Zeit*? Ein Modell für TZ-Kultivierung sollte sich demnach dieser Fragestellung zuwenden. Dies wird in Kapitel 2.3.2.1 getan.

Die referierten Modelle wurden für die TV-Kultivierungsforschung erstellt. Für die TZ-Kultivierungsforschung stellt sich nun die Frage, welche Teilaspekte bedeutsam sind. Ein Nachteil ist sicherlich, dass es mehrere Modelle gibt, die zwar oft von gleichen Prämissen ausgehen (z.B. Zugänglichkeit als Faktor), jedoch immer nur jeweils einen Teilaspekt des Kultivierungsphänomens diskutieren. Somit liegt das für diese Arbeit relevante Wissen „verstreut“ über die verschiedenen Ansätze vor.

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass in der Beschreibung der einzelnen Modelle Redundanzen bewusst vermieden wurden. Daher sind in den Einzelkapiteln bereits die als für dieses Dissertationsprojekt wichtig erscheinenden zentralen Gedanken hervorgehoben. Hier sollen sie noch einmal stichwortartig wiederholt werden, damit die Verbindung der referierten Modelle

zu den innerhalb dieser Dissertation entwickelten Modellen klar wird. Diese Zusammenstellung beansprucht keine Vollständigkeit (vgl. die einzelnen Modellbeschreibungen). Sie soll es dem Leser oder der Leserin aber erleichtern Querverbindungen zu den bisher in der Kultivierungsforschung formulierten Modellen herzustellen. Jedes (!) Modell steuert mindestens einen wertvollen Gedanken bei, der für die vorliegende Arbeit als nützlich erachtet wurde:

- **Lernen** (Kapitel 2.2.1) ist in irgendeiner Art und Weise am Kultivierungseffekt beteiligt.
- Verzerrte Gedächtnisinhalte können prinzipiell **verfügbar** sein, unterscheiden sich jedoch auch im Hinblick auf ihre **Zugänglichkeit** (Kapitel 2.2.2).
- Diese kann kurzfristig erhöht sein, jedoch auch langfristig **chronisch** erhöht sein (Kapitel 2.2.8).
- Während der Rezeption können **Emotionen** (Kapitel 2.2.4) oder eine **kritische Rezeption** (Kapitel 2.2.9) der verzerrten Inhalte den Effekt dieser Inhalte auf die Realitätssicht der LeserInnen beeinflussen.
- Gerade bei Tageszeitungen erscheint es schwierig die **Quelle** eines Gedächtnisinhaltes zu erkennen, da vorallem über tatsächlich Reales berichtet wird (Kapitel 2.2.3).
- Dies ist wichtig, weil die Berücksichtigung der **Quelle** den TV-Kultivierungseffekt (d.h. von vorallem fiktiven Inhalten) **verringert** (Kapitel 2.2.2).
- Obwohl die empirische Evidenz im TV-Kontext nahelegt, dass bei systematischer Urteilsbildung der TV-Kultivierungseffekt reduziert ist, können Kultivierungseffekte auch bei **systematischer Urteilsbildung** auftreten (Kapitel 2.2.5).
- Wenn ein Kultivierungseffekt untersucht wird, dann muss das Aggregationsniveau berücksichtigt werden. Es ist daher wichtig **Meta-Narrative** zu identifizieren (Kapitel 2.2.7).
- Kultivierung ist untrennbar mit „Gedächtnis“ verbunden. Die am häufigsten verwendete Konzeption ist die Netzwerk-Metapher oder dessen Erweiterungen (mental models). Jedenfalls wird angenommen, dass sich mentale Vorstellungen von Realität **über die Zeit** denen der Medieninhalte

angleichen (Kapitel 2.2.6). Diese mentalen Vorstellungen von ursprünglich konkreten Events (z.B. ein einzelner massenmedial verbreiteter krimineller Akt) verändern sich zu **abstrakteren** Realitätseinschätzungen (z.B. eingeschätzte reale Häufigkeit von kriminellen Handlungen).

Das Hauptaugenmerk des empirischen Teils des Dissertationsprojekts wurde auf die aus dem Shrum'schen Modell abgeleiteten und ergänzten Annahmen (vgl. Kapitel 2.3.2.2) und die Beschreibung des Kultivierungsprozesses über die *Zeit* (vgl. Kapitel 2.3.2.1) gelegt. Im nächsten Kapitel (2.3) werden die zwei dem empirischen Teil zu Grunde liegenden theoretischen Modelle beschrieben. Die hier hervorgehobenen Begriffe werden in den folgenden Abschnitten immer wieder auftauchen.



## 2.3. Modelle für Tageszeitungs- Kultivierung

Innerhalb dieses Kapitels wird zuerst ein Modell der Informationsverarbeitung von Lang (2000, 2006) vorgestellt, welches als „Vorbemerkung“ für die zwei im Anschluss präsentierten entwickelten Modelle dienen soll. Das erste Modell, das *Cumulative Exposure Effects Model (CEEM)* versucht zu beschreiben, was zwischen kurzfristigen Effekten auf Urteileinschätzungen erster Ordnung und dem langfristigen Kultivierungseffekt abläuft. Ausgehend von Erkenntnissen der Priming-Forschung und der Kultivierungsforschung wird ein Modell spezifiziert, welches die Effektgröße des Stimulus-Effektes (= verzerrter Content) über die Zeit beschreibt. CEEM ist daher nicht nur für die TZ-Kultivierungsforschung interessant, sondern auch für die TV-Kultivierungsforschung, da es ein solches Modell auch im TV-Zusammenhang bis jetzt nicht gibt. Das zweite Modell, das *Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN)* versucht das Shrum'sche heuristische Prozessmodell (vgl. Kapitel 2.2.2) in die TZ-Kultivierungsforschung zu integrieren. Das Shrum'sche Modell muss allerdings erweitert werden, um den Kultivierungseffekt von Tageszeitungen erklären zu können.

### 2.3.1. Vorbemerkungen zur Informations- verarbeitung

Lang (2000, 2006) präsentierte ein Modell, welches seine Wurzeln in der kognitiven Psychologie und der sozialwissenschaftlichen Medien(wirkungs)-forschung hat. Es wurde nicht im Kultivierungszusammenhang entwickelt oder

für diesen spezifiziert, jedoch wurde darauf schon im Kultivierungszusammenhang verwiesen (Payne & Bradley, 2004). Ihr Modell fasst bestehende Ergebnisse aus diesen beiden wissenschaftlichen Traditionen zusammen. Die Autorin spezifiziert die kognitiven Prozesse, welche Medieneffekten zu Grunde liegen und gibt auch operationale Definitionen der Variablen vor. Lang's Modell beschreibt den Prozess der Enkodierung, Speicherung und des Abrufs von vermittelter Information und gibt Anweisungen, wie die einzelnen Subprozesse zu messen sind. Somit dient dieses Modell als notwendige „Vorbemerkung“ für die beiden im Anschluss präsentierten Modelle (CEEM und HPMN). Auch dieses Modell wurde ursprünglich für das Fernsehen entwickelt. Der Geltungsanspruch geht allerdings dezidiert über das Fernsehen hinaus und schließt auch Tageszeitungen mit ein.

Das Modell beginnt mit zwei grundlegenden Annahmen:

1. **Menschen sind Informationsverarbeiter** (engl.: „information processors“)
2. **Die Fähigkeit zur Informationsverarbeitung ist limitiert** (engl.: „limited capacity“).

Informationsverarbeitung wird betrachtet als Gruppe von simultan ablaufenden Prozessen (bzw. Subprozessen). Manche dieser Prozesse laufen kontrolliert ab, manche automatisch. Automatische Prozesse laufen ohne bewussten Willen von Seiten der RezipientInnen ab (vgl. Kapitel 3.1.2).

Es werden drei Subprozesse spezifiziert:

### **1. Enkodierung**

Einfach gesagt geht es bei der Enkodierung einer Botschaft darum, die Information „von außen hinein“ zu bekommen: Umweltstimuli (z.B. aus der symbolischen Umwelt einer Tageszeitung) müssen in eine mentale Repräsentation konvertiert werden. Dieser Prozess wird als komplex, idiosynkratisch und inexakt beschrieben. Zuerst müssen die Umweltstimuli sensorisch erfasst werden. Bei Tageszeitungen geschieht

dies über das visuelle System. Diese Informationen wandern anschließend in einen *sensorischen Speicher*. Die Forschung zeigt, dass jeder Sinn einen mehr oder weniger „eigenen“ sensorischen Speicher besitzt. Die Kapazität dieser Speicher ist nahezu unlimitiert. Aber – und das ist zentral – die Speicherung von Sinnesinformation ist hier nur sehr kurz. Die Zeit schwankt zwischen 300 Millisekunden beim visuellen (= „*iconic*“) Speicher und 5 Sekunden beim auditorischen (= „*echoic*“) Speicher.

Wird eine Information für die weitere Verarbeitung nicht ausgewählt, dann wird diese durch neue Information überschrieben. Liest eine Person eine Tageszeitung, dann gelangen rezipierte Informationen relativ automatisch in den sensorischen Speicher. Dieser Speicher beinhaltet jedoch mehr Informationen, als eine Person bewusst wahrnehmen kann. Nur ein Bruchteil dieser Information gelangt in einem weiteren Schritt in das *aktive Gedächtnis* (engl.: „*active (or short-term or working) memory*“). Folglich wird der Enkodiervorgang als hochgradig selektiv gesehen: Spezifische Informationen der medialen Inhalte werden aus dem sensorischen Speicher in eine *mentale Repräsentation* im aktiven Gedächtnis überführt. Diese Überführung findet teilweise automatisch und kontrolliert statt. *Kontrollierte Selektion* reflektiert die Ziele der RezipientInnen. So kann etwa bewusst auf die Farbe von T-Shirts während eines Kinofilms geachtet werden. In diesem Fall werden die T-Shirts (bzw. deren Charakteristika wie etwa die Farbe) immer in die mentale Repräsentation überführt. *Automatische Selektion* ist nicht intentional, unbewusst und wird durch den Stimulus ausgelöst. Es gibt zwei Typen dieser Stimuli: (1) Informationen, welche für die Ziele und Bedürfnisse der RezipientInnen relevant sind und (2) Informationen, welche Wandel produzieren bzw. unerwartet in der (symbolischen) Umwelt auftreten. Stimuli, welche die Ziele und Bedürfnisse der RezipientInnen repräsentieren variieren über Situationen, Kulturen und Individuen. Stimulimerkmale wie Neuheit, Wandel und Intensität sind vermutlich unter Individuen innerhalb einer Kultur relativ ähnlich. Die Definition „Was ist neu?“ kann zwischen Kulturen variieren.

Die mentale Repräsentation der Botschaft ist nicht eine wahrheitsgetreue oder präzise Repräsentation der Inhalte. Vielmehr reflektiert die mentale Repräsentation (1) nur ausgewählte Teile der Inhalte, welche vom sensorischen Speicher ausgewählt wurden und (2) den Konstruktionsprozess der mentalen Repräsentation, welcher durch die Ziele, das Wissen und die Umwelt der RezipientInnen beeinflusst wird.

Zur Klarstellung eines Begriffs innerhalb der TZ-Kultivierung: „Information“ wird im Rahmen des Lang'schen Modells als individuelle Einheit von Struktur oder Inhalt verstanden. Somit kann eine Information aus einem einfachen Struktur-Detail wie der Farbe bestehen, oder aber auch aus eher inhaltlichen Details wie bestimmten Wörtern oder Metakonstruktionen (engl.: „metaconstructions“) wie emotionale Färbung oder Intentionen des Autors. Aus jedem einzelnen Zeitungsartikel kann somit eine (zumindest theoretisch relativ) unbegrenzte Anzahl an Informationen extrahiert werden, die in die mentale Repräsentation münden können.

## **2. Speicherung**

Das Lang'sche Modell konzipiert das Gedächtnis als assoziatives Netzwerk – ähnlich wie in den bereits referierten Modellen von Tapper (1995), Rossmann (2008) oder Price und Tewksbury (1997): Einzelne Gedächtnisinhalte sind mit anderen Inhalten über Assoziationen verbunden. Wenn eine Erinnerung in „Verwendung“ ist, dann ist sie aktiviert. Aktivierung breitet sich in weiterer Folge zu verbundenen Erinnerungen aus. Folglich profitieren die mit der ursprünglich aktivierten Erinnerung stark verbundenen Erinnerungen von der Erregungsausbreitung (engl.: „spreading activation“) und sind dadurch selbst aktiver als zuvor (und somit zugänglicher) als unverbundene Erinnerungen.

Das Modell zieht keine scharfe Trennung zwischen „Kurzzeitgedächtnis“ und „Langzeitgedächtnis“. Das, was oft als Kurzzeitgedächtnis bezeichnet

wird, wird in Lang's Modell als aktive Erinnerungen innerhalb mehrerer inaktiver Erinnerungen konzipiert. Es besteht die Vorstellung, dass das Arbeitsgedächtnis einfach als aktives Gedächtnis umschrieben werden kann (d.h. alle aktivierten Gedächtnisinhalte innerhalb des assoziativen Netzwerks).

Während dem Enkodierprozess wird eine mentale Repräsentation im aktiven Gedächtnis konstruiert. Ursprünglich hat diese mentale Repräsentation nur assoziative Verbindungen mit anderen Gedächtnisinhalten, die zu diesem Zeitpunkt aktiviert sind. Wenn nun eine Person über die medialen Inhalte nachdenkt, werden mehr und mehr Assoziationen zwischen den „neuen“ und „alten“ (vorher inaktiven) Gedächtnisinhalten gebildet. Je besser eine Person die neue mediale Information in das bestehende assoziative Netzwerk integriert, desto besser wird die Information abgespeichert. Dieser Prozess – also die Verlinkung der neuen mit älteren Informationen – wird *Speicherung* genannt. Das Produkt des Speicherungs-Prozesses liegt auf einem Kontinuum zwischen schlecht (wenig Assoziationen) und gut (viele Assoziationen). Einige Informationen der mentalen Repräsentation können besser gespeichert werden als andere: Nicht alle Teile der mentalen Repräsentation werden gleich verarbeitet.

### **3. Abruf**

Der Abruf, bzw. das Erinnern, wird als Prozess der *Reaktivierung* von gespeicherten mentalen Repräsentationen definiert. Anders ausgedrückt: Der Abruf beschreibt den Prozess der Suche im assoziativen Netzwerk nach spezifischen Teilinformationen und deren Reaktivierung (und folglich Überführung ins aktive Gedächtnis). Je mehr assoziative Verbindungen zu einem konkreten Gedächtnisinhalt bestehen, desto besser wurde dieser gespeichert und desto leichter ist der Abruf. Abruf findet nicht nur in der Situation der Urteilsabfrage (etwa im Rahmen von Kultivierungsstudien) statt, sondern auch laufend während (!) der

Rezeptionsphase. RezipientInnen erinnern (d.h. aktivieren) während der Rezeption laufend gespeicherte Informationen, um eine Botschaft verstehen und speichern zu können.

Die Prozesse der Enkodierung, der Speicherung und des Abrufs können flüchtig und oberflächlich oder gründlich und sorgfältig erfolgen. Die *Gründlichkeit* mit welcher ein Prozess durchgeführt wird und wie viele Ressourcen dafür verwendet werden beeinflusst die Wahrscheinlichkeit wie sorgfältig die darauf folgenden Prozesse der Informationsverarbeitung ausgeführt werden. *Gedächtnisleistung* (z.B. bei der Abfrage des Kultivierungsurteils) ist daher Produkt aller drei Prozesse.

Die Sorgfältigkeit der Informationsverarbeitung ist wesentlich durch die zur Verfügung stehenden *Ressourcen* bestimmt. Es gibt zwei Gründe, warum mediale Inhalte nicht sorgfältig verarbeitet werden: (a) Die RezipientInnen teilen der Verarbeitung der Botschaft weniger Ressourcen zu als diese benötigen würde, (b) die Botschaft benötigt mehr Ressourcen als die RezipientInnen zur Verfügung stellen können.

Das Modell wird als sogenanntes „single-pool“-Modell konzipiert: Es wird angenommen, dass Ressourcen (aus einem „Pool“) zu allen der drei Subprozesse einzeln zugeteilt werden können. Es existiert jedoch auch die Möglichkeit, dass jeder Subprozess einen eigenen Pool besitzt. Diese Frage ist in der Gedächtnisforschung noch umstritten. Lang (2000, 51) argumentiert auf der Basis von im Medienzusammenhang durchgeführter Forschung für die single-pool Variante.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Lang (2006) erweitert das ursprünglich formulierte Modell hinsichtlich motivationaler Komponenten. An dieser Stelle sind diese jedoch nicht von Bedeutung. Auf die Weiterentwicklung wird in Kapitel 3.1.1 eingegangen.

## 2.3.1.1. Tageszeitungen aus der Sicht des Modells

Lang (2000) beschreibt die Anwendung ihres Modells in Bezug auf das Fernsehen. An dieser Stelle wird das Lang'sche Modell zum ersten Mal für Tageszeitungen systematisch diskutiert:

### Tageszeitungen als Stimuli

Von einer Informationsverarbeitungs-Perspektive sind Informationen in Tageszeitungen visuelle Reize. Diese Reize sind nicht kontinuierlich: Anders als beim Fernsehen können etwa einzelne Textpassagen öfter als einmal gelesen werden (= Re-reading). Weiters kann das Lesetempo von RezipientInnen selbst bestimmt werden. Somit haben TZ-LeserInnen mehr Kontrolle über den Reizfluss als TV-SeherInnen.

Die gedruckten Inhalte können auf zwei Ebenen realisiert sein: Text und Bild. Beide enthalten Inhalte (konkrete Informationen, meistens im weitesten Sinne Nachrichten oder Kommentare) oder Strukturinformationen (Textgröße, Artikelfläche, Bildpräsenz, Dramaturgie/Aufbau des Textes, hervorgehobene Zitate, usw.). Die Botschaft einer Tageszeitung, bzw. eines spezifischen Textes besteht daher aus inhalts- *und* strukturbezogenen Informationen. Zusätzlich erscheint vor allem die Fähigkeit zum Lesen bei Tageszeitungen als zentral (vgl. zur Leseforschung: Dehaene, 2010).

### 1. Enkodierung

Wie bereits erwähnt haben zwei Informationstypen eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass sie in eine mentale Repräsentation überführt werden: (1) Informationen, die relevant für die Ziele des Individuums sind und (2) Informationen, welche neu oder unerwartet sind oder Wandel in der Umwelt signalisieren. Ein Prozess, welcher dafür verantwortlich gemacht wird, dass

diese beiden Informationstypen eine höhere Wahrscheinlichkeit für eine gelungene Enkodierung zeigen, ist die *Orientierungsreaktion (OR)*. OR ist eine automatische Reaktion auf physiologischer und behavioraler Ebene gegenüber einem neuen Stimulus bzw. gegenüber einem Signalstimulus. Ein Signalreiz hat eine gewisse Bedeutung für eine Person (z.B. der eigene Name). Welcher Reiz den Status eines Signalstimulus hat, ist von Person zu Person, von Kultur zu Kultur und von Situation zu Situation unterschiedlich. Wenn ein Reiz Signalstatus erreicht, dann wird bei dessen Präsenz eine OR ausgelöst. Wenn eine OR ausgelöst wird, dann orientiert der Rezipient oder die Rezipientin die sensorischen Rezeptoren auf den Reiz, welcher die OR ausgelöst hat. Damit begleitend lassen sich physiologische Begleiterscheinungen nachweisen: Vasodilatation (= Erweiterung) der Blutgefäße im Kopf, Sinken der Alpha-Aktivität im EEG, Sinken der Herzrate, Anstieg der Hautleitfähigkeit und Hauttemperatur, Vasokonstriktion (= Verengung) der Blutgefäße außerhalb des Kopfes. Die Forschung zeigt, dass diese physiologischen Reaktionen mit Aufmerksamkeit („Beruhigung“ des Körpers und Anstieg des Blutflusses zum Gehirn) und Stimulus-Aufnahme verbunden sind (Lang, 2000).

Die OR ist ein Mechanismus, welcher beeinflusst welche Informationen des sensorischen Speichers ausgewählt und in das aktive Gedächtnis transferiert werden. Die OR resultiert in einer automatischen Allokation von Ressourcen zum Prozess der Enkodierung des Stimulus, welcher die OR ausgelöst hat. Dieser Anstieg an zugeteilten Ressourcen führt zu einem Anstieg der Informationen, welche vom sensorischen Speicher in die mentale Repräsentation überführt werden können. Im vorher genannten Beispiel der Farbe der T-Shirts während eines Kinofilms wird das T-Shirt zum Signalreiz. Daher wird sich die Rezipientin dem T-Shirt zuwenden und zwar immer dann, wenn ein T-Shirt (etwa in einem Film) erscheint. Natürlich erfolgt die Enkodierung von Umweltinformation nicht nur bei OR's. Sowohl inhalts- als auch strukturbezogene Details können eine OR auslösen.



## 2. Speicherung

Die Speicherung von Information ist durch individuelle Differenzen und durch die limitierte Kapazität menschlicher Informationsverarbeitung begrenzt. Im Fernsehkontext limitieren sich Enkodierung und Speicherung tendenziell gegenseitig, da Fernsehen „linear“ (= kontinuierlicher Reizfluss) erfolgt (zumindest in den meisten Fällen; anders etwa bei der Verwendung von Aufzeichnungsgeräten). Beim TZ-Lesen ist diese Limitation weniger stark vertreten, da die Leserin und der Leser selbst bestimmen können, wann eine Pause eingelegt wird, um beispielsweise über das Gelesene kurz nachzudenken (und dadurch Assoziationen zu bereits existierenden Gedächtnisinhalten zu bilden) oder gegebenenfalls eine Passage noch einmal zu rezipieren. Löst eine Botschaft eine OR aus, dann werden dem Enkodierungsprozess automatisch mehr Ressourcen zugeteilt. Dies reduziert nach Lang gleichzeitig die für den Speicherprozess zur Verfügung stehenden Ressourcen (Achtung: nur in einem single-pool Modell!).

Wie viele der verbleibenden Ressourcen der Speicherung zugeteilt werden hängt von den Zielen und Bedürfnissen des Individuums ab. Liest eine Person hauptsächlich zur Unterhaltung, ist es wahrscheinlich, dass weniger Ressourcen der Speicherung von Detailinformationen zugeteilt werden. Daher könnten in diesem Beispiel nur so viele Informationen gespeichert werden, um der Story des Zeitungstextes folgen zu können: Die enkodierten Inhalte werden nur mit enkodierten Inhalten des Textes verbunden, und nicht mit zahlreichen älteren Gedächtnisinhalten. Liest hingegen eine Person einen Text bewusst mit dem Ziel Informationen zu speichern (z.B. weil dies bei einer Prüfung verlangt wird), dann wird diese vermehrt Ressourcen zum Speicherprozess zuteilen.

Im Hinblick auf die Ressourcen-Allokation sind non-lineare Medien wie Tageszeitungen wesentlich flexibler als lineare Medien wie das Fernsehen: RezipientInnen haben hier wesentlich mehr Spielraum. Enkodierung und Speicherung „stehlen“ sich hier weniger gegenseitig die Ressourcen! Somit

sind RezipientInnen auch grundsätzlich besser in der Lage ältere Gedächtnisinhalte zu erinnern und die neuen mit den älteren zu verknüpfen.

Das Modell nimmt weiters an, dass Stimuli, welche Emotionen auslösen, zu einer automatischen Allokation von zusätzlichen Ressourcen zum Speicherprozess führen. Das zeigt sich in dem empirisch wiederholt nachgewiesenem Phänomen, dass Reize, welche Emotionen auslösen, besser abgespeichert werden als Reize, die keine Emotionen auslösen (vgl. Lang, 2000, 54; vgl. auch Kapitel 3.1.2).

### **3. Abruf**

Es muss unterschieden werden, wie stark die zeitliche Verzögerung zur Enkodierung und Speicherung ausgeprägt ist: Späterer Abruf (z.B. Tage oder Wochen später) und laufender Abruf (während der Enkodierung und Speicherung, d.h. während dem Lesen). Wird eine Information sorgfältig enkodiert und abgespeichert, dann sollte sie bei einem späteren Zeitpunkt leichter abgerufen werden können. Dieser Punkt ist für erinnerungsgestützte Kultivierungsurteile essentiell.

### **Zusammenfassung**

Das Lesen von Tageszeitungen wird als Kombination von kontrollierten und automatischen Mechanismen der Allokation von vorhandenen Ressourcen zu den Prozessen der Enkodierung, der Speicherung, und des Abrufs beschrieben. Haben RezipientInnen zu wenig Ressourcen zur Verfügung um alle drei Prozesse sorgfältig durchzuführen, werden manche Prozesse suboptimal ausgeführt. Dies hat theoretisch Implikationen für den Kultivierungseffekt: Das Erinnern von verzerrten Gedächtnisinhalten ist eine notwendige Bedingung für das Auftreten von Kultivierungseffekten. Mit der Besprechung des Lang'schen Modells gibt es nun ein adequates „Gerüst“ auf welchem die beiden Modelle aufgebaut werden

können. Viele dieser Details werden in CEEM oder HPMN nicht explizit angesprochen, wurden bei der Modellkonstruktion aber mitgedacht.

## 2.3.2. Modellentwicklung

Es sollen nun die beiden Modelle beschrieben werden. Das *Cumulative Exposure Effects Model* (CEEM) versucht zu beschreiben, was zwischen kurzfristigen Effekten auf Urteileinschätzungen erster Ordnung und dem langfristigen Kultivierungseffekt abläuft. Das *Heuristic Processing Model of Newspaper Effects* (HPMN) versucht das Shrum'sche heuristische Prozessmodell (vgl. Kapitel 2.2.2) in die TZ-Kultivierungsforschung zu integrieren.

Es muss darauf hingewiesen werden, dass sich CEEM und HPMN ergänzen. Sie sind nicht im Widerspruch zueinander formuliert. Beide beschreiben jedoch unterschiedliche Phasen des Kultivierungsprozesses. Aus diesem Grund wurden die theoretischen Annahmen nicht in ein Modell gepackt, sondern wurden zwecks Übersichtlichkeit auf zwei Modelle aufgeteilt: CEEM beschreibt den Prozess zwischen einem einzelnen Exposure und kumulativen Exposures (Wie entsteht aus kurzfristigen Effekten ein langfristiger Kultivierungseffekt?). Die zentrale Variable ist hier die Zeit. HPMN beschreibt hingegen Prozesse, die während der Urteilsbildung ablaufen. Die Zeit ist hier sozusagen ein konstanter Faktor. Folglich wird nicht die Effektgröße über die Zeit betrachtet, sondern moderierende Einflüsse von Variablen zu einem spezifischen Zeitpunkt im Kultivierungsprozess (= Urteilsphase) untersucht.

Um für Folgepublikationen für eine internationale Scientific Community anschlussfähig zu sein (d.h. um keine Unsicherheit in Bezug auf die Nomenklatur der Modelle zu erzeugen), wurden die zentralen Begriffe in englischer Sprache verfasst.



### 2.3.2.1. Cumulative Exposure Effects Model (CEEM)

Wie die Arbeit bereits zeigte, gibt es eine Reihe an theoretischen Erklärungsversuchen. Leider gibt es nur sehr wenige theoretische Annahmen bezüglich des Prozesses, welcher zwischen kurzfristigen Effekten auf kultivierungstypische abhängige Variablen erster Ordnung (z.B. das Lesen eines Artikels) und langfristigen Effekten auf dieselben Variablen (z.B. das regelmäßige Lesen einer Tageszeitung) abläuft. Das *Cumulative Exposure Effects Model* (CEEM) versucht diese Kluft zu verkleinern indem Erkenntnisse aus der Priming-Forschung und der Kultivierungsforschung genutzt werden, um den Prozess zwischen einer einzelnen Zuwendung und wiederholter Zuwendung zu beschreiben. Die zentrale Variable ist folglich die *Zeit*: Wie verändert sich die Effektgröße über die Zeit?

Kurzfristige Effekte auf Kultivierungsurteile erster Ordnung wurden wiederholt im Rahmen der *Medien-Priming* Forschung (Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen, & Carpentier, 2009) untersucht. Die Ähnlichkeit der Phänomene des Primings und das der Kultivierung wird bereits bei Price und Tewksbury (1997) beschrieben. Wie wir in Kapitel 2.2.8 hingewiesen haben, wurde ihr Psychologisches Modell eigentlich nicht primär für die Kultivierungsforschung verfasst. Vielmehr gingen die Autoren stärker auf das Priming-Phänomen ein.

Am häufigsten werden Netzwerkmodelle des Gedächtnisses verwendet um das Priming Phänomen zu verdeutlichen. Diese bereits diskutierten Spreading Activation Modelle sind die „kanonisch“ verwendeten Priming-Modelle innerhalb der Psychologie um (semantisches) Priming zu erklären (vgl. McNamara, 2005) und werden auch in der Kommunikationswissenschaft routinemäßig verwendet (z.B., Dixon, 2009; Miller & Krosnick, 1996; Price & Tewksbury, 1997; Valentino, 1999). Priming bedeutet nun, dass die Zugänglichkeit von Gedächtnisspuren kurzfristig erhöht wird. Werden gewisse Konstrukte jedoch

häufiger aktiviert, können sie einen „chronisch“ aktivierten Zustand erreichen (Bargh et al., 1986; vgl. Kapitel 2.2.8). Dieser Zustand der chronisch erhöhten Zugänglichkeit eines Gedächtnisinhaltes interpretieren etwa Price und Tewksbury (1997) als vergleichbar mit dem langfristigen Kultivierungsphänomen (erster Ordnung!). Werden gewisse Inhalte häufig aktiviert (d.h. wiederholt geprint), dann erhöht sich die Zugänglichkeit im Gedächtnis. Dies führt nach Shrum (2009) zu einem langfristigen Kultivierungseffekt. CEEM folgt dieser Interpretation.

Es ist wichtig anzumerken, dass Priming-Effekte zeitgebunden sind (Grant & Logan, 1993), d.h. es wird angenommen dass Medien-Priming-Effekte mit zunehmender zeitlicher Verzögerung abnehmen (Roskos-Ewoldsen et al., 2009). Leider wissen wir (empirisch) noch sehr wenig wie der Faktor Zeit diesen Medieneffekt beeinflusst. Roskos-Ewoldsen und Kollegen (2009) kann folglich zugestimmt werden, wenn sie meinen, dass Modelle „need to include time as a critical variable“ (p. 81).

Doch warum ist es für die Forschung wichtig über den Prozess von Effekten auf Realitätseinschätzungen über die Zeit Bescheid zu wissen? Zumindest folgende Gründe sind an dieser Stelle zu nennen:

1. *Theoretische Spezifizierung.* Wenn wir über die Veränderung der Effektgrößen über die Zeit Bescheid wissen, dann lernen wir zeitgleich etwas über die dem Effekt zu Grunde liegenden Mechanismen. Beispiel: Es konnte gezeigt werden, dass Politische Priming Effekte tendenziell kleiner sind als Mediengewalt-Priming Effekte und zu einem langsameren Abfall tendieren (Roskos-Ewoldsen, Klinger, & Roskos-Ewoldsen, 2007). Wenn in einer Studie nachgewiesen werden kann, dass der Priming-Effekt von Medieninhalt A einen langsameren Abfall hat als der Priming-Effekt von Medieninhalt B, dann weist dies auf unterschiedliche zu Grunde liegende Mechanismen des Effektes hin: Bei A müssten eine oder mehrere Variablen eine andere Rolle spielen als bei B. Gerade bei der diskutierten Frage, ob Politische Priming Effekte „Priming“ im ursprünglich gemeinten (psychologischen) Sinn seien (Roskos-Ewoldsen et al., 2009), kann eine

vergleichende Studie, welche den Faktor Zeit berücksichtigt, mehr Klarheit schaffen.

2. *Studienvergleich.* Wenn wir über die Abfallsfunktion (engl.: „decay function“) eines reliablen Medien-Priming Effektes Bescheid wissen, dann erlaubt dies verschiedene Studien exakt miteinander zu vergleichen: Wenn sich die Effektgrößen der zwei Studien unterscheiden, sollte das angewendete Prozedere betrachtet werden (vor allem das realisierte Time-Lag, d.h. die zeitliche Verzögerung zwischen Medien-Prime Präsentation und Urteil). Je schneller ein Priming-Effekt abfällt, desto größer sollte die Differenz der Effektgrößen der zwei Studien sein (falls sich diese hinsichtlich des Time-Lags substantiell unterscheiden). Somit könnten gefundene Unterschiede zwischen Studien einfach methodische Artefakte sein und nicht auf Grund von unterschiedlichen zu Grunde liegenden Mechanismen entstanden sein.
  
3. *Alltagsrelevanz.* Wenn eine Person tagtäglich in der Früh in der Straßenbahn eine Tageszeitung rezipiert, in welcher eine soziale Gruppe stereotyp dargestellt wird, dann macht es einen Unterschied, ob der (negative) Effekt einer einzelnen Zuwendung in fünf Minuten oder in fünfzehn Stunden verschwindet. Sollte der Effekt schon nach fünf Minuten verschwunden sein, dann bestünde etwa am Nachmittag weniger „Gefahr“, dass stereotype Gedächtnisspuren das Verhalten dieser Person gegenüber Angehörigen der stereotyp dargestellten sozialen Gruppe beeinflussen. Ist diese Person in Kenntnis dieser (negativen) Konsequenzen der Rezeption, kann sie ihr Verhalten in Folgesituationen angemessen(er) kontrollieren (vgl. Devine, 1989).
  
4. *Relevanz für Kampagnen.* Das soeben geschilderte Beispiel kann weitergedacht werden: Wird etwa eine Anti-Rassismus Kampagne geplant, so ist es von entscheidender Bedeutung, ob die negativen Konsequenzen von Medienrezeption innerhalb weniger Minuten verschwinden oder ob sie länger überdauern. Wenn der Effekt innerhalb von fünf Minuten abfällt, dann sollte die Platzierung von Plakaten zum

Großteil dort erfolgen, wo die Zielgruppe mit der höchsten Wahrscheinlichkeit die stereotypen Inhalte innerhalb dieser kurzen Zeitspanne rezipiert hat. Beispiel: Handelt es sich um die negativen Effekte einer Pendlerzeitung (= „U-Bahn“- Zeitung) wie *Heute*, dann kann die strategische Planung der Werbekampagne einen großen Teil der finanziellen Ressourcen an diesen Ort binden (z.B. Straßenbahnstationen, U-Bahn). Bleibt der negative Effekt länger bestehen, dann sollten die Orte stärker gestreut werden.

5. *Prozessperspektive*. Bei all diesen anwendungsorientierten Argumenten für eine Untersuchung des Zeit-Faktors darf nicht vergessen werden, dass es aus der Perspektive der kommunikationswissenschaftlichen Grundlagenforschung enormen Wert hat den dynamischen, vermutlich nonlinearen Prozess des Effektes „an sich“ zu erforschen (d.h. *ohne* Anwendungsinteresse!). Wie Lang und Ewoldsen (2010) erst kürzlich angemerkt haben, wissen wir über den Zeitfaktor noch wenig: Wir wissen „little about its half-life. Time plays a central role in communication, and both our theorizing and our methodological paradigms need to reflect the multidimensionality of time“ (p. 112).

Um der Kritik gegenüber CEEM einen leichten Zugang zu ermöglichen, werden alle Hauptannahmen des Modells als Propositionen formuliert (= Befunde der Grundlagenforschung), von welchen im Anschluß konkrete Hypothesen bezüglich des Kultivierungsprozesses abgeleitet werden.



# Befunde aus der Grundlagenforschung: Von kurzfristigen zu langfristigen Effekten auf Realitätsurteile

## 1. Allgemeine Annahmen

Kurzfristige Effekte von massenmedialen Inhalten auf Urteile und Verhalten wurden innerhalb des Medien-Priming Paradigmas erforscht (Roskos-Ewoldsen, Roskos-Ewoldsen, & Carpentier, 2009). Wie eine Meta-Analyse (Roskos-Ewoldsen, Klinger, & Roskos-Ewoldsen, 2007) zeigt ist Medien-Priming ein reliabler Effekt mit Effektgrößen, die zwischen  $r = .08$  (Politisches Priming) und  $r = .30$  (Mediengewalt Priming) liegen. Obwohl es Unterschiede gibt, was KognitionspsychologInnen, SozialpsychologInnen und MedienwirkungsforscherInnen unter „Priming“ verstehen - selbst unter den MedienwirkungsforscherInnen gibt es Unterschiede der Sichtweisen bezüglich politischem Priming und Priming-Effekten von medialen Gewaltdarstellungen -, herrscht auf einem allgemeinen Level Übereinstimmung, was mit Priming gemeint sein soll: Priming meint den kurzfristigen Effekt der Zuwendung zu einem Stimulus (z.B. mediale Inhalte) auf anschließende Urteile und folgendes Verhalten (Roskos-Ewoldsen et al., 2009).

Zur Illustration, was unter Priming verstanden wird, soll auf ein lebhaftes Beispiel von Srull und Wyer (1979) verwiesen werden: Jemand erzählt seinem Freund, dass seine neue Frisur unattraktiv aussieht. Er kann nun diese neue Information mindestens in zwei Richtungen interpretieren: Er ist *ehrlich* (= positive Valenz) oder *unfreundlich* (= negative Valenz). Welche spezielle Interpretation gewählt wird hängt in hohem Ausmaß davon ab, welches dieser beiden Konzepte, ehrlich oder unfreundlich, zum Zeitpunkt der Urteilsbildung zugänglicher ist.<sup>4</sup> Die

---

<sup>4</sup> Es muss zwischen Verfügbarkeit (*availability*), Zugänglichkeit (*accessibility*), Aktivierung (*activation*) und Anwendbarkeit (*applicability*) von Gedächtnisinhalten unterschieden werden (vgl. Eitam & Higgins, 2010; Price & Tewksbury, 1997; Shrum & O'Guinn, 1993). Ein Konzept ist verfügbar, wenn es „irgendwo“ im Gedächtnis existiert. Zugänglichkeit verweist auf die Leichtigkeit oder Geschwindigkeit mit welcher ein verfügbares Konzept abgerufen werden kann. Aktivierung meint, dass auf das Konzept zugegriffen wurde (= es wurde aktiviert). Ein Konzept ist anwendbar, wenn seine zentralen Charakteristiken mit den salienten Charakteristiken des Stimulus

forschungsleitende Vermutung ist, dass wenn ein Konzept aktiviert (oder geprimt) wurde, seine relative Zugänglichkeit steigt. Dies hat zur Folge dass die Wahrscheinlichkeit steigt mit der dieses spezifische Konzept zur anschließenden Urteilsbildung genutzt wird. Diese Vermutung basiert auf zahlreicher unterstützender empirischer Evidenz (z.B. Bargh, Bond, Lombardi, & Tota, 1986; Higgins, Bargh, & Lombardi, 1985; Shrum, 1996; Shrum & O'Guinn, 1993; Tversky & Kahneman, 1973). Es ist wichtig anzumerken, dass Priming-Effekte zeitgebunden sind, d.h. die meisten Priming-Effekte verschwinden relativ schnell. Jedoch konnte ein Effektresiduum eines „kurzfristigen“ Priming-Effektes auch noch nach über einem Jahr nachgewiesen werden (Salasoo, Shiffrin, & Feustel, 1985)

*Proposition 1. Je zugänglicher ein Konzept ist, desto eher wird es in einem dem Konzept nahestehenden Urteil verwendet.*

Um Priming-Effekte verstehen zu können, ist es nützlich das Gedächtnis als *assoziatives Netzwerk* zu konzeptualisieren (vgl. z.B. Collins & Loftus, 1975).<sup>5</sup> CEEM nimmt an, dass Informationen im Gedächtnis in der Form von „Knoten“ gespeichert werden (= Netzwerk-Methapher). Jeder Knoten entspricht einem Konzept. Wenn *ein Konzept* (z.B. ehrlich) aktiviert wird, dann erhöht sich die Zugänglichkeit dieses einen Konzeptes. Wenn nun eine Person sich für die Interpretation eines mehrdeutigen Verhaltens entscheiden muss, dann ist mit zunehmender Zugänglichkeit auch die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass dieses Verhalten mit Hilfe dieses Konzeptes interpretiert wird: Ist „ehrlich“ zugänglicher als „unfreundlich“, dann wird das Verhalten mit einer höheren Wahrscheinlichkeit positiver in Richtung Ehrlichkeit interpretiert. Der Terminus Konzept umfasst im CEEM sowohl Konzeptknoten bezüglich *episodischer* Erinnerungen (z.B. eine konkrete Person, die eine Geldbörse auf der Straße fand und sie dem rechtmäßigen Besitzer übergab; über sie wurde etwa in einem Zeitungsartikel

---

korrespondieren (d.h., wenn der spezifische Gedächtnisinhalt für die Urteilsbildung als adequat angesehen wird).

<sup>5</sup> Es gibt eine Reihe an Modellen, welche versuchen Priming-Effekte zu erklären (vgl. McNamara, 2005). Es geht an dieser Stelle jedoch nicht um eine detaillierte Beschreibung des Gedächtnisses „an sich“. Vielmehr braucht CEEM eine Rahmenvorstellung. Daher werden die verschiedenen Konzeptionen an dieser Stelle nicht weiter diskutiert.

gelesen) als auch Konzeptknoten *semantischer* Erinnerungen (z.B. „Ehrliche Personen stehlen nicht“).<sup>6</sup>

Wenn *zwei Konzepte* medial verbunden repräsentiert werden, erhöht sich die Stärke der Assoziation im Gedächtnis (z.B. zwischen „Ausländer“ und „kriminell“ durch die regelmäßige Rezeption einer Tageszeitung, welche Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert; vgl. den Kultivierungseffekt, welcher in den empirischen Studien 1 - 4 des Dissertationsprojekts untersucht wurde, vor allem Studie 2, Kapitel 3.1.2). Diese Verbindungen werden Links genannt und unterscheiden sich untereinander in Bezug auf ihr „Gewicht“: Je „näher“ sich zwei Konzepte stehen, desto mehr Gewicht hat der Link zwischen ihnen, d.h. desto stärker ist die Assoziation. Jedes Mal wenn nun ein Link durchlaufen wird, steigt sein Gewicht (vgl. Greenwald et al., 2002). Umgekehrt, wenn ein Link nicht durchlaufen wird und er sozusagen „ruht“, sinkt sein Gewicht. Eine zusätzliche Annahme ist, dass jeder Link einen Threshold besitzt: Erst wenn eine gewisse Schwelle überschritten ist, feuert der spezifische Knoten. Eine wichtige Annahme ist, dass das Feuern eines Knoten das Aktivierungsniveau anderer assoziativ verbundener Knoten beeinflussen kann: Die Aktivierung eines Knoten breitet sich im assoziativen Netzwerk zu benachbarten Knoten aus (= spreading activation). Eine Konsequenz ist, dass assoziativ verbundene Knoten weniger zusätzliche Aktivierungsenergie von externen Stimuli (z.B. aus der symbolischen Umwelt einer Tageszeitung) benötigen, wenn diese bereits von benachbarten Knoten Aktivierungsenergie empfangen haben.

***Proposition 2.*** *Das Gedächtnis kann als assoziatives Netzwerk beschrieben werden.*

---

<sup>6</sup> Dem episodischen Gedächtnis werden auf deskriptiver Ebene Erinnerungen an persönlich erlebte Ereignisse und deren räumliche und zeitliche Koordinaten zugeordnet (z.B. ein Mord, welcher in einer Nachrichten-Sendung gesehen wurde). Das semantische Gedächtnis bezieht sich auf Sachwissen ohne (!) zeitlich-räumliche Einbettung (z.B. das Sachwissen „Mord ist ein Verbrechen“). Zu späteren Zeiten wissen Personen häufig nicht mehr, von wo sie gewisses Sachwissen bezogen haben (vgl. Buchner & Brandt, 2002). Die Unterscheidung stammt von Tulving (1972, 1999). Zu recht weisen jedoch Buchner und Brandt (2002, 501) darauf hin, dass man sich semantisches Wissen als redundanter repräsentiert vorstellen kann, da Fakten als Komponenten vieler verschiedener Episoden vorkommen können.

Wenn ein Kultivierungsurteil in Bezug auf ein Konzept (= *Ein-Konzept Kultivierung*) gebildet wird (z.B. die Häufigkeit von kriminellen Handlungen; Konzept = Kriminalität), wird zunächst einmal das Gedächtnis nach relevanten Inhalten durchsucht. Wenn Massenmedien diesem Konzept viel Aufmerksamkeit zuwenden, ist es wahrscheinlich, dass VielnutzerInnen dieses Konzept zugänglicher haben als WenignutzerInnen (*ceteris paribus*). Dieses in den Medien überrepräsentierte Konzept ist demnach leichter zugänglich (d.h. schneller und leichter abrufbar). Daher sollten VielnutzerInnen eine höhere Anteilseinschätzung abgeben als WenignutzerInnen (vgl. Kapitel 2.2.2).

Wenn ein Kultivierungsurteil in Bezug auf zwei (oder mehr) Konzepte (*Zwei-Konzept Kultivierung*) gebildet werden soll (z.B. der prozentuelle Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen), muss ein Individuum ebenfalls eine Gedächtnissuche starten. Die Suche beginnt mit der Aktivierung eines Konzeptes, welches als zentral für das Urteil angesehen wird (z.B. Kriminalität). Von diesem Konzept werden alle Links mit hinreichendem Gewicht durch Aktivierungsausbreitung (*spreading activation*) aktiviert (z.B., Männer, gefährlich, Stadt). Jede Gedächtnissuche ist eingeschränkt durch eine begrenzte Menge an Energie, welche durch die Motivation der Person determiniert ist. Der Suchvorgang endet, wenn (1) alle Konzepte durchsucht sind, wenn (2) die Energie verbraucht ist, oder wenn (3) genug Gedächtnisinhalte für das Urteil abgerufen wurden (vgl. Tapper, 1995, oder Kapitel 2.2.4). Wenn nun Massenmedien Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen systematisch überrepräsentieren, sollte die kumulative Zuwendung zu diesen Inhalten die Stärke der automatischen Assoziation zwischen beiden Konzepten im Gedächtnis der RezipientInnen stärken („kriminell“ + „Ausland“). Die Wahrscheinlichkeit, dass VielnutzerInnen den realen Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen überschätzen, sollte sich nun mit zunehmender Stärke der automatischen Assoziation erhöhen. Zusätzlich spielen für Zwei-Konzept Urteile auch andere assoziativ verbundene Konzeptknoten eine Rolle (z.B. episodische Erinnerungen in der Form von Exemplaren, z.B. abgespeicherte Täter, über welche berichtet wurde, vgl. Busselle, 2001).

Die Zugänglichkeit ist sowohl bei der Ein-Konzept Kultivierung als auch bei der Zwei-Konzept Kultivierung erhöht, weil in beiden Fällen die Leichtigkeit des Abrufs erhöht ist (vgl. Tversky & Kahneman, 1973). Diese Sichtweise ist kompatibel mit dem heuristischen Prozessmodell von Shrum (2009, Kapitel 2.2.2): Bildet eine Person ihr Urteil heuristisch (wenig Motivation oder wenig Fähigkeit), dann ist nur wenig Energie für die Gedächtnissuche verfügbar. Daher wird nur die zugänglichste Information abgerufen und als Basis für das Urteil verwendet. Erfolgt die Urteilsbildung jedoch systematisch(er), dann ist mehr Energie verfügbar. In diesem Modus ist folglich mehr Energie zum Abruf von anderen Erinnerungen vorhanden. Zusätzlich erhöht sich auch die Wahrscheinlichkeit, dass Kontextinformationen (z.B. die Quelle der Information) der bereits abgerufenen zugänglichsten Erinnerungen durch Aktivierungsausbreitung abgerufen werden.

*Proposition 3. Exposure erhöht die Zugänglichkeit eines Konzeptes oder einer Assoziation.*

Die Unterscheidung zwischen Ein-Konzept und Zwei-Konzept Kultivierung wurde aus theoretischen Gründen vorgenommen. Diese steht jedoch nicht im Gegensatz zu bisherigen Ansätzen: So bietet etwa die Vorstellung der Zwei-(bzw. Mehr-)Konzept Kultivierung den Ansatzpunkt für die Schema-Perspektive (inklusive dem Konzept der Stereotypen, vgl. Greenwald et al., 2002), Mental Models (Roskos-Ewoldsen et al., 2004), der Prototypen-Perspektive (vgl. Shapiro & Lang, 1991), und expliziten und impliziten Einstellungen (vgl. Arendt, 2010).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Ein *Schema* ist eine kognitive Struktur, welche Wissen über einen gewissen Stimulus beinhaltet. Es ist ein „set of interrelated cognitions“ (Hogg & Vaughan, 2005, 50), welches uns erlaubt in einer Situation einen Stimulus (z.B. eine konkrete Person) schnell zu bewerten. Gewisse Reize aktivieren ein Schema, welches dann dazu tendiert fehlende Informationen der realen Information „auszufüllen“. So haben wir etwa gewisse Vorstellungen über Angehörige einer sozialen Kategorie. In diesem Fall werden Schemata Stereotype genannt (z.B. ein Schema über Personen aus dem Ausland). In diesem Fall ist der Gedächtnisinhalt „Ausländer“ mit verschiedenen Attributen verknüpft. Ein *Prototyp* ist eine kognitive Repräsentation, jedoch ein abstrahierter „typischer“ Vertreter einer Kategorie. Prototypen werden aus konkreten Beispielen abgeleitet und konstruiert. Keines dieser konkreten Beispiele muss jedoch mit dem Prototyp übereinstimmen (vgl. ebd.)! Auf *Mental Models* wurde bereits in Kapitel 2.2.6 näher eingegangen. Die Nähe zur Zwei-(bzw. Mehr-)Konzept Kultivierung liegt nahe: Für beide Approaches ist eine Stärkung der (automatischen) Assoziation zwischen zwei oder mehreren Konzepten im Gedächtnis notwendig (z.B. zwischen „Ausländer“ und „kriminell“ durch wiederholte verzerrte Medienrezeption): Einerseits zur Bildung von untereinander verbundenen Konzepten (Mental Models, Schemata) als

Shrum's (2009) *set-size judgments* bauen auf dieser Ebene auf. Ein-Konzept Kultivierung ist ein Ansatzpunkt für das in der Kultivierungsforschung relevante Exemplar-Konzept (vgl. Busselle & Shrum, 2003).<sup>8</sup> Shrum's (2009) *probability judgments* bauen auf dieser Ebene auf.

## 2. Kurzfristige Effektgröße

Die Effektgröße des kurzfristigen Priming-Effektes ist stark von zwei Faktoren abhängig: **Häufigkeit der Konzept-Präsentation** (*frequency*), **Kürzlichkeit der letzten Aktivierung** (*recency*). Die Wahrscheinlichkeit, dass ein mit dem Prime verbundenes Konzept für die Urteilsbildung benutzt wird steigt mit der Zunahme an Zuwendungen. Zusätzlich sinkt die Wahrscheinlichkeit der Nutzung mit zunehmender zeitlicher Verzögerung zwischen dem Prime und der Urteilsituation (Higgins et al., 1985). Higgins et al. fanden unterstützende empirische Evidenz für ihr *Synapsen Modell* von Priming Effekten. Das Modell vermutet, dass es ein fixes maximales Aktivierungsniveau gibt, welches ein Konzept nach erfolgtem Priming besitzen kann. Folglich wird angenommen, dass die Aktivierung binär ist („Alles oder Nichts“), vergleichbar mit den Synapsen von Vertebraten.

Das Aktivierungsniveau verringert sich über die Zeit. Es wird angenommen - wieder in Analogie zu Synapsen von Vertebraten -, dass der Abfall langsamer erfolgt, je häufiger das Konzept geprimt wurde. Das führt zu einer wesentlichen Annahme: Die Zeit, welche zwischen dem Priming eines „häufigen Konzeptes“

---

auch für die Extraktion von Prototypen (vgl. Shapiro & Lang, 1991). Die Unterscheidung zwischen *expliziten* und *impliziten Einstellungen* innerhalb der Kultivierungsforschung ist noch relativ neu. Explizite Einstellungen (= self-report Daten) meinen die bewusst mitgeteilten positiven oder negativen Bewertungen (im weitesten Sinne) eines Einstellungsobjektes. Implizite Einstellungen (= non-self-report Daten) hingegen werden als „automatisch, affektive Reaktionen“ gegenüber einem Stimulusobjekt definiert (vgl. Arendt, 2010; Gawronski & Bodenhausen, 2006, 2011; Greenwald et al., 2002).

<sup>8</sup> Ein Exemplar (vgl. Busselle 2001; Busselle & Shrum, 2003) ist ein konkretes Beispiel, also ein Teil einer episodischen Erinnerung (z.B. eine konkrete kriminelle Person, über die berichtet wurde). Auch hier ist die Nähe zum CEEM-Ansatz schnell erkennbar: Einzelne Exemplare (z.B. kriminelle Person aus dem Ausland) werden als Konzeptknoten im assoziativen Netzwerk abgespeichert. Sie stärken dadurch auch indirekt die (semantische) Relation zwischen zwei oder mehr Konzepten (z.B. zwischen „kriminell“ und „Ausländer“). Vgl. auch Zillmann's (2002) *Exemplification Theory*.

(z.B., „ehrlich“ wurde mehrmals innerhalb der letzten Wochen aktiviert) und dem Priming eines „kürzlichen Konzeptes“ (z.B. „unfreundlich“ wurde innerhalb der letzten Minuten aktiviert) vergeht, hat eine gewisse Bedeutung: Unmittelbar nachdem das kürzliche Konzept geprimt wurde ist das Aktivierungsniveau des häufig aktivierten Konzeptes niedriger als das Aktivierungsniveau des kürzlich geprimten Konzeptes. Je größer jedoch die zeitliche Verzögerung zwischen der Präsentation des Primes und dem Urteil ist, desto stärker wird der Effekt des häufigen Konzeptes *relativ* zum kürzlich aktivierten Konzept ansteigen. Dies ist der Fall, weil die Aktivierung beim häufig aktivierten Konzept langsamer abfällt. Die Ergebnisse von Higgins et al.'s (1985) empirischer Studie zeigen genau dies: Personen kategorisierten einen Stimulus in Bezug auf das kürzlich aktivierte Konzept, wenn das Urteil unmittelbar nach dem kürzlichen Prime gebildet wurde. Die Personen kategorisierten den Stimulus jedoch im Sinne des häufig aktivierten Konzeptes, wenn die zeitliche Verzögerung vergrößert wurde. Dieser Sachverhalt wird *recency-frequency reversal* genannt. Wir kommen darauf später zurück.

Obwohl Higgins et al. (1985) ihr Synapsen Modell präferieren, wurde zurecht angemerkt, dass das selbe Modell auch ohne die Restriktion einer binären „Alles oder Nichts“-Aktivierung die Befunde erklären kann. Dieses Modell nennen die Autoren *cell assembly model*. In der Tat weisen die empirischen Ergebnisse von Bargh et al. (1986) darauf hin, dass die Konzeptaktivierung kontinuierlich verläuft. Konsistent mit diesem Befund zeigen Roskos-Ewoldsen et al. (2007) im Rahmen ihrer Meta-Analyse, dass Primes mit einer höheren Intensität stärkere kurzfristige Effekte produzierten als Primes mit einer geringeren Intensität. Intensität wurde hier mit der zeitlichen Dauer der Prime-Präsentation (unter 5 Minuten, ab 5 Minuten bis zu 20 Minuten) operationalisiert.<sup>9</sup>

Natürlich könnten auch andere Faktoren als Häufigkeit und Kürzlichkeit wie die Lebhaftigkeit der Präsentation eines Konzeptes (engl.: „vividness“,) den Effekt auf die Zugänglichkeit moderieren. Wir sind darauf schon eingegangen (vgl. Kapitel

---

<sup>9</sup> Die Autoren inkludierten ein zusätzliches Intervall, welches sie „campaign“ nennen. In diesem Fall war der Prime eine Medienkampagne über eine Dauer von mehreren Monaten. Die zeitliche Verzögerung zwischen dem Prime und der Urteilssituation ist wesentlich größer in den „campaign“-Studien als in den anderen Studien. Daher ist dieses Intervall mit den übrigen beiden nicht wirklich vergleichbar (Stichwort: Recency-Effekt).

2.2.5). Basierend auf der vorangegangenen Argumentation kann eine weitere Proposition formuliert werden.

***Proposition 4.** Verschiedene Stimuli können unterschiedliche Effekte auf die Zugänglichkeit zeigen.*

Srull und Wyer (1979) zeigten ebenfalls, dass die Zugänglichkeit eines Konzeptes mit zunehmender Stimulusintensität ansteigt (operationalisiert als Anzahl an vergangenen Aktivierungen; über die Zeit!). Der Effekt scheint monoton steigend zu sein, jedoch nicht linear. Der monotone Anstieg wurde von Grant und Logan (1993) repliziert: Der Effekt stieg stärker zu Beginn, bis sich die Effektgröße einer Asymptote annäherte. Es muss (!) jedoch darauf hingewiesen werden, dass sich diese Ergebnisse auf *kurzfristige* Priming-Effekte beziehen, die unter stark kontrollierten Bedingungen untersucht wurden. Aus diesen Daten ist nicht ablesbar, ob sich dies auch für den *langfristigen* Kultivierungszusammenhang nachweisen lässt. Da jedoch bereits Gerbner und Gross (1976) und in deren Fußstapfen auch andere ForscherInnen (vgl. Shanahan & Morgan, 1999) von dieser Annahme ausgingen (und die vorliegende empirische Evidenz mehrheitlich konsistent mit dieser Annahme ist), formulieren wir diese Vermutung als eigene Proposition.

***Proposition 5.** Der Anstieg des Zugänglichkeits-Effektes ist monoton: Am Beginn ist dieser stärker als zu einem späteren Zeitpunkt.*

Für den Kultivierungszusammenhang ist es von Bedeutung zu wissen, ob der kurzfristige Effekt von einer Zuwendung abhängig von vorangegangenen Zuwendungen ist. Die Frage ist, ob VielnutzerInnen einen anderen kurzfristigen Effekt zeigen als WenignutzerInnen. Bargh et al. (1986) untersuchten den Einfluss von kurzfristigen und langfristigen Quellen der Zugänglichkeit. Personen mit oder ohne einem chronisch zugänglichen Konzept (langfristige Zugänglichkeit: ja/nein) wurden einem experimentellen Treatment unterzogen oder nicht (kurzfristig erhöhte Zugänglichkeit: ja/nein). Die Daten zeigen, dass



die „chronische Quelle“ als auch die „kurzfristige Quelle“ von Zugänglichkeit unabhängig von einander die abhängige Variable beeinflussten. Die Autoren konnten keine signifikante Interaktion nachweisen. Die Abwesenheit einer Interaktion deutet auf die additive Natur zwischen beiden hin: Personen mit oder ohne kumulative Zuwendungs-Vergangenheit (= NutzerInnen oder Nicht-NutzerInnen im Kultivierungszusammenhang) sollten daher den selben Effekt unmittelbar nach einer erneuten Zuwendung zeigen. Auch dies formulieren wir in einer weiteren Proposition.

***Proposition 6.** Chronische und temporäre Einflüsse haben eine additive Wirkung auf den Effekt unmittelbar nach dem Treatment.*

Temporäre und chronische Quellen der Zugänglichkeit können *antagonistisch* (engl.: „antagonistic“, z.B. regelmäßiges Lesen einer Tageszeitung, in welcher Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen systematisch *überrepräsentiert* werden und das Lesen eines Textes in welchem diese soziale Kategorie als tatverdächtige Personen *unterrepräsentiert* ist) oder *erleichternd* (engl.: „facilitative“, z.B. das regelmäßige Lesen der gleichen Tageszeitung und das Lesen eines Artikels in dem diese soziale Kategorie ebenfalls *überrepräsentiert* ist) sein (Bargh et al. 1986). Die beschriebene Arbeit von Higgins et al. (1985) in Bezug auf den Recency-Frequency Reversal beschreibt den antagonistischen Fall. Die Arbeit von Bargh et al. (1986) beschreibt den erleichternden Fall.

#### **4. Decay-Funktion**

Ein Modell welches versucht die Wissenslücke zwischen kurzfristigen Priming-Effekten und langfristigen Kultivierungseffekten zu verkleinern, muss Aussagen über die Decay-Funktion einer Zuwendung machen (Roskos-Ewoldsen et al., 2009): Ist ein Konzept als Resultat einer Zuwendung zu einem Stimulus aktiviert,

sinkt anschließend das Aktivierungsniveau über die Zeit. Für den Kultivierungszusammenhang ist nun bedeutend wie lang ein „typischer“ Exposure-Effekt anhält. Grant und Logan (1993) fanden, dass der kurzfristige Priming-Effekt, einer Potenzfunktion folgend, sein Aktivierungsniveau verliert. Die Autoren argumentieren, dass dieser Befund ein gedächtnisbasiertes Modell von Priming-Effekten unterstützt, da die Potenzfunktion aus der Gedächtnisforschung (= „Vergessenskurve“) bekannt ist (Wixted & Ebbesen, 1991). Auch in den Daten von Grant und Logan zeigte die Potenzfunktion die beste Anpassung an die empirisch erhaltenen Daten. Es muss darauf hingewiesen werden, dass natürlich auch andere Funktionen in Frage kommen (Srull & Wyer, 1979). Ähnliche Ergebnisse konnten Sloman, Hayman, Ohta, Law und Tulving (1988) nachweisen: Der Effekt verringerte sich innerhalb der ersten Minuten nach dem Treatment und zeigte wenig zusätzliche Abnahme nach diesen ersten paar Minuten und einer Woche. Auch in der Medien-Priming Forschung konnte ein Abfall nachgewiesen werden. So verglichen Roskos-Ewoldsen et al. (2007) in ihrer Meta-Analyse Studien mit unterschiedlichen Intervallen der zeitlichen Verzögerung zwischen dem Prime und der Erfassung der abhängigen Variable. Jedoch wurde hier die zeitliche Verzögerung nicht manipuliert. Auch Carpentier and colleagues (2008) und Riddle (2010) konnten einen Abfall des Medien-Priming Effektes nachweisen. Allerdings wurde in diesen Studien nur ein Maximum von zwei Messzeitpunkten realisiert, was die Betrachtung der Dynamik des vermutlich nonlinearen Abfalls nicht zulässt (vgl. Kapitel 3.1.1). Nichtsdestotrotz, auf der Basis dieser Studien kann ein negativ beschleunigter Abfall des kurzfristigen Priming-Effektes auch für den Medien-Zusammenhang angenommen werden. Die Empirie muss letztendlich zeigen, ob dies zutrifft.

*Proposition 7. Der Abfall des kurzfristigen Priming-Effektes ist negativ beschleunigt.*

Im Kultivierungszusammenhang ist es wiederum von Bedeutung, ob diejenigen mit kumulativer Zuwendungs-Vergangenheit im Vergleich zu denjenigen ohne eine derartige Zuwendungshäufigkeit einen unterschiedlichen Abfall des

kurzfristigen Effektes zeigen: Zeigen VielnutzerInnen eine andere Decay-Funktion als Wenig- oder NichtnutzerInnen?

Die im Folgenden zitierte empirische Forschung wendete experimentelle Designs an, in deren Rahmen *ein* Treatment gegeben wurde. Folglich handelt es sich innerhalb dieser Studien um eine *within-exposure frequency* (z.B. Häufigkeit der Darbietung des Konzeptes innerhalb eines Artikels). In der Kultivierungsforschung interessiert jedoch eher die *between-exposure frequency* (z.B. Häufigkeit der Zuwendung zu einer Tageszeitung: Tage pro Woche). CEEM nimmt an, dass die *between-exposure frequency* ein Spezialfall der *within-exposure frequency* ist: *Between-exposure frequency* wird definiert als Zuwendung zu mehreren Cluster von Konzept-Zuwendungen mit einer jeweils kurzen zeitlichen Verzögerung zwischen den Darbietungen. Es ist eine implizite Annahme, dass Forschungsergebnisse betreffend der *within-frequency* (relevant für Priming) auf Phänomene, welche die Beschreibung der *between-exposure frequency* erfordern (relevant für Kultivierung), übertragbar sind. Natürlich ist auch das letzten Endes eine empirische Frage, die in den empirischen Arbeiten dieses Forschungsprojekts angesprochen wird. Unter Anwendung dieser Arbeitshypothese können jedoch zusätzliche Propositionen entwickelt werden, die anschließend getestet werden können.

Srull und Wyer (1979) fanden, dass der Abfall des kurzfristigen Priming-Effektes in deren Versuchsgruppe mit hoher Stimulusintensität (d.h. größere Häufigkeit der Konzeptpräsentation) stärker war als in deren Versuchsgruppe mit niedriger Stimulusintensität. Nichtsdestotrotz, nach einer gewissen Zeit war die Versuchsgruppe mit hoher Stimulusintensität noch immer auf einem höheren Niveau als die Vergleichsgruppe (relativ zur Baseline). Jedoch, und das ist das Wesentliche, die Differenz zwischen beiden Gruppen verringerte sich mit zunehmender zeitlicher Verzögerung der Post-Messung: In der Versuchsgruppe mit hoher Stimulusintensität war einfach mehr „Platz“ für den Abfall. Grant und Logan (1993) replizierten diesen Befund.

Auf den ersten Blick erscheint der *raschere* Abfall des kurzfristigen Priming-Effekts in der high-intensity Gruppe als Widerspruch zu Higgins et al.'s (1985)

Konzeptionen des *synapse* oder *cell assembly* Modells (vgl. weiter oben). Bei Higgins et al. wird angenommen, dass der Abfall *langsamer* erfolgt, je häufiger ein Konzept präsentiert wurde. Higgins et al. präsentierten jedoch keine empirische Evidenz bezüglich dieser Vermutung.

Ein wichtiger Unterschied zwischen Higgins et al. (1985) und Srull und Wyer (1979) ist jedoch die verwendete Priming-Prozedur. Higgins et al. verwendet zeitliche Verzögerungen von 15 und 120 Sekunden. Hingegen nutzten Srull und Wyer Delays von einer Stunde, einem Tag, und einer zeitlichen Verzögerung, welches die Autoren „none“ nennen. Jedoch beinhaltet auch letzteres (vermutlich) einige Minuten aufgrund der angewendeten experimentellen Prozedur. Dadurch ergibt sich möglicherweise eine wichtige Konsequenz: Beide Befunde könnten korrekt sein: Das Synapse oder Cell Assembly Modell (d.h. ein langsamerer Abfall *kurz nach* der Zuwendung in der high-intensity Gruppe) und der Befund von Srull und Wyer (d.h. ein stärkerer Abfall *lang* nach der Zuwendung in der high-intensity Gruppe).

Das Wissen hinsichtlich des Abfalls ist nicht umfangreich und teilweise etwas spekulativ. CEEM leitet dennoch zwei weitere Propositionen ab. Letztendlich ist auch dies eine empirische Frage.

***Proposition 8.*** *Der Abfall des kurzfristigen Priming-Effektes ist langsamer kurz nach dem Treatment bei Personen mit einer kumulativen Zuwendungs-Vergangenheit.*

***Proposition 9.*** *Der Abfall des kurzfristigen Priming-Effektes ist schneller lang nach dem Treatment in Personen mit einer kumulativen Zuwendungs-Vergangenheit.*

Ein Großteil der hier zitierten empirischen Evidenz wurde vor 2000 produziert, jedoch sind die für CEEM relevanten Ergebnisse noch immer state-of-the-art Wissen (DeCoster & Claypool, 2004; McNamara, 2005; Roskos-Ewoldsen et al., 2007; Roskos-Ewoldsen et al., 2009; Shrum, 2009).

## 5. Cumulative Exposure Effects Model (CEEM)

CEEM basiert auf den aus der Grundlagenforschung abgeleiteten Propositionen. Wenn eine dieser Propositionen falsch ist, hat das Implikationen für das Modell. Das Modell ist in Abbildung 1 präsentiert. Es zeigt CEEM in einem zweidimensionalen Raum mit Zeit auf der x-Achse und Treatment-Effekt auf der y-Achse. Die vertikalen strichlierten Linien repräsentieren Zuwendungen (z.B. Lesen einer Ausgabe einer Tageszeitung). Da das Modell für eine internationale Scientific Community konstruiert wurde, wird eine englischsprachige Nomenklatur verfolgt.

Da aus der Grundlagenforschung mindestens drei bedeutende Zeitpunkte der zeitlichen Verzögerung des Urteils ableitbar sind (*unmittelbar* nach, *kurz* nach, und *lang* nach dem Treatment), muss CEEM zu allen diesen drei Post-Zuwendungs-Effektgrößen-Messwerten Aussagen machen. Die erste von CEEM definierte Effektgröße beschreibt den Effekt unmittelbar nach erfolgter Treatment-Zuwendung (= E, für engl.: „exposure“) und wird P1 (= Post 1 Effektgröße) genannt. Die zweite Effektgröße wird P2 (kurz nach der Treatment-Zuwendung) und die dritte Effektgröße wird Pr (lang nach erfolgter Treatment-Zuwendung; r = residual) genannt.

Für die Beschreibung des Modells gilt: Die zeitlichen Differenzen zwischen P1, P2, und Pr sind per definitionem bei allen E's gleich. Folglich ist die zeitliche Differenz zwischen P1 und P2 beim ersten E die gleiche wie beispielsweise beim zweiten E. Pr beschreibt den residualen Effekt von Treatment-Zuwendung  $i - 1$  zum Zeitpunkt der Treatment-Zuwendung  $i$ . Jede Effektgröße hat ein Subskript, welches den E angibt. Folglich ist jede Post-Effektgröße hinreichend definiert. Beispiel:  $P1_2$  beschreibt den geschätzten Effekt, welcher *unmittelbar* nach erfolgter *zweiter* Treatment-Zuwendung gemessen wurde. Die fette Kurve, welche durch P1, P2 und Pr geht, beschreibt die Decay-Funktion.  $Y_0$  ist die Baseline.

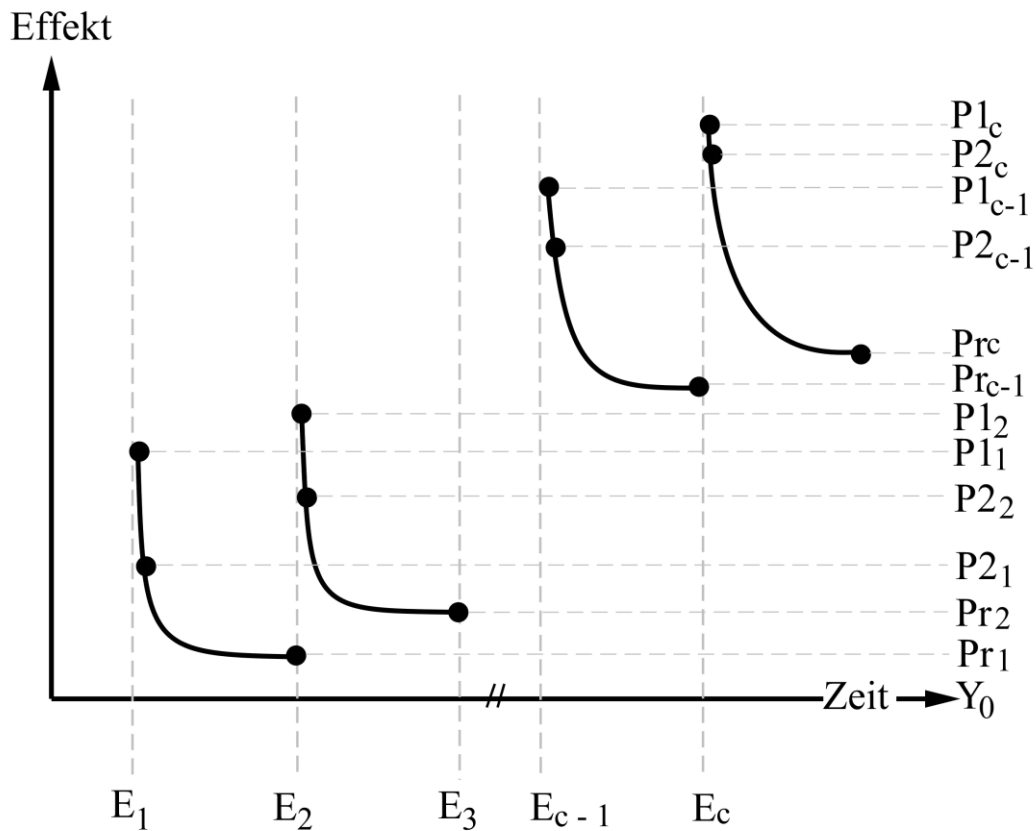


Abbildung 1. Cumulative Exposure Effects Model (CEEM). Siehe Text für Erläuterungen.

CEEM spezifiziert nun Relationen zwischen Punkten oder Strecken innerhalb des zweidimensionalen Raumes (vgl. Abbildung 1). Die Strecken beschreiben die Distanz bezüglich der Effektgröße zwischen zwei Punkten. So kann etwa die Effektgröße des ersten Exposures, welche unmittelbar nach der Zuwendung gemessen wurde, als Distanz zwischen  $P1_1$  und  $Y_0$  beschrieben werden:  $\overline{Y_0P1_1}$ . Das Subskript  $c$  im Zusammenhang mit  $E$  bedeutet „Kultivierung“ (von engl.: „cultivation“) und beschreibt den letzten Exposure bevor die abhängige Variable innerhalb einer Kultivierungsstudie gemessen wird:  $E_c$ . VielleseInnen können in Abbildung 1 am besten auf der rechten Bildhälfte verortet werden. Wenig- oder NichtleserInnen finden sich auf der linken Bildhälfte.

CEEM macht Aussagen über *ordinale Relationen*. Folglich werden keine spezifischen numerischen Werte betreffend der Effektgröße angegeben. Es ist bekannt, dass der „Start“ des Modells bei Null erfolgt (Einheit der Effektgröße = Prozent an durch das Treatment erklärte Varianz, =  $Y_0$ ) und dass der residuale Effekt des letzten Exposures bevor die abhängige Variable innerhalb einer Kultivierungsstudie gemessen wird um die 1% erklärter Varianz liegt – zumindest wenn man der bereits beschriebenen Meta-Analyse der Kultivierungsforschung folgt (Shanahan & Morgan, 1999, vgl. Kapitel 2.1.1.4). Auf Basis des derzeitigen Forschungsstandes sind keine präziseren Aussagen (auf metrischem Niveau) möglich.

Für eine bessere Illustration wurde CEEM in Abbildung 1 so konstruiert, dass jeder bedeutende Punkt gut einsehbar ist. Daraus ergibt sich zwangsläufig, dass Abbildung 1 die Relationen in die Länge zerrt. So wird vermutet, dass  $\overline{Y_0P1_1}$  stärker ist als  $\overline{Y_0Pr_1}$ : CEEM nimmt an, dass der kurzfristige (Priming-)Effekt (z.B. gemessen im Labor) größer ist als der langfristige (Kultivierungs-)Effekt (z.B. gemessen in einer Querschnittbefragung).<sup>10</sup>

Warum eine mathematische Modellierung? In den meisten Wissenschaften repräsentiert die mathematische Modellierung die Regel. In der Kommunikationswissenschaft ist dies jedoch eher die Ausnahme. Theorien werden meistens nicht als Gleichungen präsentiert, sondern als eine Reihe von Aussagen. Eine mathematische Modellbildung ermöglicht jedoch weitaus präzisere Beschreibungen und Vorhersagen. Zusätzlich erlaubt *jede* Gleichung eine Ableitung von einer verbalen Aussage. Der umgekehrte Fall ist jedoch nicht immer möglich (z.B. zu wenig Wissen über relevante Parameter). Aus diesem Grund (= höhere Präzision) wurde CEEM mit der Hilfe von (Un-)Gleichungen spezifiziert (vgl. Bradley, 2012, zu den Vorzügen mathematischer Modellierung der theoretischen Annahmen innerhalb der Kommunikationswissenschaft).

---

<sup>10</sup> Diese Annahme wird etwa durch Roskos-Ewoldsen et al. (2007) gestärkt, welche annehmen, dass Forschung im Labor (unter kontrollierten Bedingungen) in größere Effektstärken münden sollte.

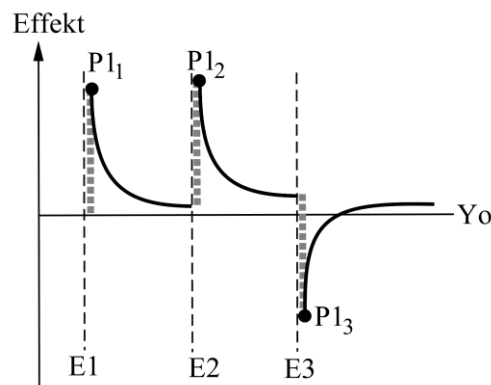
## 6. CEEM's Hypothesen

Es sollen nun die konkreten Hypothesen beschrieben werden. Für einen leichten Zugang zu CEEM's Hypothesen, wurden die mathematisch spezifizierten Beziehungen für jede CEEM-Hypothese zuerst mit Punkten formuliert, welche in Abbildung 1 sichtbar sind. Die jeweils zweite (Un-)Gleichung versucht die Beziehung für den breiteren Kultivierungszusammenhang zu generalisieren. Propositionen 1 und 2 sind generelle Annahmen und erlauben daher nicht die Ableitung einer konkreten Hypothese. Proposition 3 führt zu der Vermutung, dass die Zuwendung zu einem Konzept oder zu der gemeinsamen Präsentation von zwei (oder mehr) Konzepten die kurzfristige Effektgröße erhöht. Es kann die *immediately after effect hypothesis (HI)* abgeleitet werden.

$$Y_0 < P1_1 \quad . \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^c (P1_i - P_{r_{i-1}}) > 0 \quad . \quad (2)$$

Ungleichung 2 löst auch das Problem von sporadischen antagonistischen Exposures: Sind insgesamt mehr erleichternde Exposures (z.B. Überrepräsentation von Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen), dann werden weniger antagonistische Exposures (z.B. Unterrepräsentation von Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen) das Effektresiduum nicht unter die Baseline zwingen (vgl. Abbildung 2).



**Abbildung 2. Zusammenspiel von antagonistischen und erleichternden Exposures.** Gibt es viele erleichternde Exposures, dann befindet sich das Effektresiduum oberhalb der Baseline. In dieser Abbildung sind zwei erleichternde E's eingezeichnet. Ein antagonistischer E (bzw. einige wenige) können zwar den totalen Effekt unmittelbar nach erfolgtem antagonistischen E umdrehen (= für eine kurze Zeit ist die Effektgröße unterhalb der Baseline). Vergeht jedoch einige Zeit, dann gewinnt wieder das häufig aktivierte Konzept an Oberhand. Dieses Phänomen wird *recency-frequency reversal* genannt.



Aufbauend auf Proposition 4 kann angenommen werden, dass Stimulus Eigenschaften den Treatment-Effekt moderieren. Daher kann die *stimulus dependent effect hypothesis (H2)* formuliert werden. Der Effekt unmittelbar nach erfolgtem Treatment ist eine Funktion aus der Stimulusintensität ( $s$ ). Auf das Konzept der Stimulusintensität wird in Kapitel 3.1.2 näher eingegangen.

$$P_{1i} = f(s_i) \quad . \quad (3)$$

$$P_{1i} - P_{1i-1} = f(s_i) \quad . \quad (4)$$

Proposition 5 vermutet, dass der Effekt monoton steigend erfolgt. Der Anstieg sollte zu Beginn stärker sein als zu einem späteren Zeitpunkt, bei welchem dieser gegen eine Asymptote strebt. Basierend auf dieser Annahme können zwei weitere Hypothesen abgeleitet werden. Die erste ist die *monotonic increase hypothesis (H3)*.

$$P_{11} < P_{12} < P_{1c-1} < P_{1c} \quad . \quad (5)$$

$$\sum_{i=1}^c (P_{1i} - P_{1i-1}) > 0 \quad . \quad (6)$$

Die zweite aus dieser Annahme ableitbare Hypothese ist die *strive to an asymptote hypothesis (H4)*.

$$P_{12} - P_{11} > P_{1c} - P_{1c-1} \quad . \quad (7)$$

$$\sum_{i=1}^{\frac{c}{2}} (P_{1i} - P_{1i-1}) > \sum_{i=\frac{c}{2}+1}^c (P_{1i} - P_{1i-1}) \quad . \quad (8)$$

Es ist wichtig anzumerken, dass die beiden letzteren Hypothesen explizit *nur* für den Kultivierungszusammenhang formuliert wurden: Es wird angenommen, dass bei der Konstruktion eines Kultivierungsurteils typischerweise die Quelle der Information nicht berücksichtigt wird und daher auch kein Source Discount auftreten sollte (vgl. das Shrum'sche Modell in Kapitel 2.2.2). Im kurzfristigen Effektkontext kann hingegen keine monotone Beziehung postuliert werden, weil

hier die Kontextinformation Quelle berücksichtigt werden kann: Diese ist durch die erst kürzlich zurückliegende Rezeption noch zugänglich und wird vermutlich bei der Konstruktion des Kultivierungsurteils berücksichtigt. So kann Appel (2011) zugestimmt werden, wenn er meint, dass “media priming is no ‘hypodermic needle’ that leads to effects irrespective of recipient responses” (160). Seine Studie “indicate[s] that the recipients’ mindset critically determines priming outcomes” (160).

Die *equal effect immediately after exposure hypothesis* (H5) kann aus Proposition 6 abgeleitet werden, welche vermutet, dass der unmittelbar nach erfolgtem Treatment gemessene Effekt nicht stärker bei VielnutzerInnen relativ zu Wenig- oder NichtnutzerInnen ist (d.h. Annahme der additiven Wirkung).

$$P1_1 - Y_0 = P1_c - Pr_{c-1} \quad . \quad (9)$$

$$\sum_{i=1}^{\frac{c}{2}} (P1_i - Pr_{i-1}) = \sum_{i=\frac{c}{2}+1}^c (P1_i - Pr_{i-1}) \quad . \quad (10)$$

Zusätzlich kann von Proposition 6 die *additive nature hypothesis* (H6) abgeleitet werden: Der totale Effect bei  $P1_c$  kann errechnet werden indem man den residualen Effekt von  $E_{c-1}$  zum Effekt von  $E_c$  addiert. Folglich kann der totale Effekt durch die Addition des langfristigen Effektresiduums und des kurzfristigen Effektes berechnet werden. Diese Hypothese ist vorallem aus forschungspraktischen Gründen formuliert (vgl. Kapitel 3.1.1), nicht aus theoretischen Gründen (weil sich der Ausdruck  $Pr_{c-1}$  einfach wegkürzt).

$$P1_c = Pr_{c-1} + (P1_c - Pr_{c-1}) \quad . \quad (11)$$

$$P1_i = Pr_{i-1} + (P1_i - Pr_{i-1}) \quad . \quad (12)$$

Proposition 7 vermutet einen negativ beschleunigten Abfall des Treatment-Effekts. Aus dieser Vermutung kann die *negatively accelerated decline hypothesis*

(H7) abgeleitet werden. Da die zeitlichen Differenzen zwischen P1 und P2, und zwischen P2 und Pr nicht exakt definiert sind, müssen beide Intervalle spezifiziert werden: Die zeitliche Differenz zwischen P1 und P2 ist mit  $a$  definiert, die zwischen P2 und Pr mit  $b$ . Die folgende Formel sagt folglich voraus, dass der Abfall des Effektes stärker zwischen P1 und P2 ist, als zwischen P2 und Pr. Zusätzlich impliziert diese Formel, dass je größer das zeitliche Intervall zwischen zwei Exposures  $i - 1$  und  $i$ , desto kleiner ist der residuale Effekt bei  $E_i$ . Ein Effektlevel wird im CEEM *chronisch* genannt, wenn lange nach dem Treatment noch ein reliables Effektresiduum nachweisbar ist.

$$\frac{P1_1 - P2_1}{a_1} > \frac{P2_1 - Pr_1}{b_1} \quad . \quad (13)$$

$$\sum_{i=1}^c \frac{(P1_i - P2_i)}{a_i} > \sum_{i=1}^c \frac{(P2_i - Pr_i)}{b_i} \quad . \quad (14)$$

Wir kommen nun zu Hypothesen, die aus weniger gesicherter Evidenz abgeleitet wurden (vgl. Beschreibung der Propositionen). Wir werden im Anschluss die Gewichtung der Bedeutsamkeit der einzelnen CEEM Hypothesen ansprechen. Die *slower decline short after exposure in heavy users hypothesis* (H8) kann auf Basis von Proposition 8 vorsichtig formuliert werden. Es wird angenommen, dass der Abfall des kurzfristigen Effektes langsamer bei Personen mit einer kumulativen Zuwendungsvergangenheit (= [Viel-]LeserInnen) ist (gemessen *kurz* nach dem Treatment).

$$P1_1 - P2_1 > P1_c - P2_c \quad . \quad (15)$$

$$\sum_{i=1}^{\frac{c}{2}} (P1_i - P2_i) > \sum_{i=\frac{c}{2}+1}^c (P1_i - P2_i) \quad . \quad (16)$$

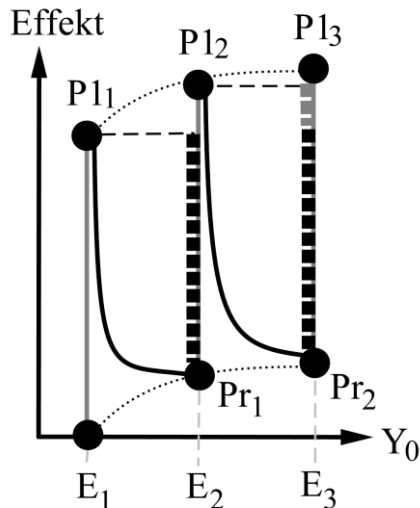
Aus Proposition 9 kann hingegen abgeleitet werden, dass VielnutzerInnen einen stärkeren Abfall *lang* nach erfolgter Zuwendung zeigen. Dies ist in der *stronger decline long after exposure in heavy users hypothesis* (H9) formal ausgedrückt.

$$P1_1 - Pr_1 < P1_c - Pr_c \quad . \quad (17)$$

$$\sum_{i=1}^{\frac{c}{2}} (P1_i - Pr_i) < \sum_{i=\frac{c}{2}+1}^c (P1_i - Pr_i) \quad . \quad (18)$$

Wenn die P1 Effekte (relativ zu  $Y_0$ ) monoton in Richtung einer Asymptote ansteigen (Ungleichungen 7 und 8) und die P1 Effekte (relativ zur Asymptote des vorangegangenen Exposures) die gleichen sind für  $E_1$  und  $E_c$  (Gleichung 9 und 10), folgt deduktiv, dass der Abfall des kurzfristigen Effektes lang nach erfolgter Zuwendung in VielnutzerInnen stärker ausfallen muss. Daher können Ungleichungen 17 und 18 auch von den anderen (Un-)Gleichungen deduktiv abgeleitet werden (vgl. Abbildung 3). Hier zeigt sich die Stärke der mathematischen Modellierung.

Eine weitere Hypothese von CEEM berücksichtigt das Phänomen der Extinktion: Sollte auf eine gewisse Anzahl an Zuwendungen kein weiterer Exposure folgen, dann strebt die Effektgröße, wie in der *negatively accelerated decline hypothesis* angeführt, in Richtung der residualen Asymptote. Nichtsdestotrotz, nach einer *sehr langen* zeitlichen Verzögerung verlieren auch chronisch zugängliche Konstrukte an Zugänglichkeit. Daher fällt die Effektgröße nach einer gewissen zeitlichen Verzögerung unter die Asymptote, welche durch die Decay-Funktion spezifiziert wird, und strebt in Richtung  $Y_0$ . Diese Annahme wird *extinction-hypothesis (H10)* genannt. Bei VielnutzerInnen kommt jedoch hinzu, dass in den meisten Fällen die zeitliche Verzögerung zwischen zwei Exposures nicht ausreicht um Extinktion im Sinne von CEEM zu erzeugen. Folglich wird angenommen, dass VielnutzerInnen nicht unter die Asymptote der Decay-Funktion des kurzfristigen Priming-Effekts fallen. Außer, ein Individuum fliegt beispielsweise auf sehr langen Urlaub auf eine tropische Insel, wo das bevorzugte Massenmedium nicht rezipiert werden kann. In diesem Fall ist wohl die zeitliche Verzögerung groß genug, um unter die Asymptote des letzten Exposures zu fallen.



**Abbildung 3. Illustration des unterschiedlich starken Abfalls.** Wie diese Abbildung zeigt, muss der Abfall lang nach erfolgtem Treatment stärker bei VielleserInnen sein, wenn (1) die P1-Effektgröße sich zwischen NichtleserInnen und LeserInnen nicht unterscheidet (in dieser Abbildung mit einem oder zwei Exposures), und (2) der P1-Effekt monoton in Richtung einer Asymptote steigt. Der Abfall wird in dieser Abbildung als fette Linie dargestellt. Die punktierte, fette, graue Linie beim dritten Exposure zeigt den zusätzlichen Abfall bei VielleserInnen an.

Es ist weiters wichtig anzumerken, dass CEEM annimmt, dass individuelle Differenzen einen moderierenden Einfluss auf die Effektgrößen produzieren können. Neben dem angenommenen Moderatoreffekt von Stimulusfaktoren (vgl. *stimulus dependent effect hypothesis*), wird auch ein moderierender Einfluss von individuellen Differenzen innerhalb der *individual differences hypothesis (H11)* spezifiziert. Es sollen an dieser Stelle jedoch keine spezifischen Variablen diskutiert werden, welche einen moderierenden Einfluss haben könnten. Im Rahmen der empirischen Überprüfung von CEEM (vgl. Kapitel 3.1) wurde darauf näher eingegangen.

Diese elf Hypothesen sind CEEM. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass die Bedeutsamkeit der einzelnen Hypothesen unterschiedlich interpretiert wird: So sind etwa Hypothesen 8 und 9 tendenziell auf wackligem grundlagentheoretischem Gerüst aufgebaut als die Übrigen. Die zentrale Aussagen des Modells sind, dass (1) langfristige Kultivierungseffekte auf wiederholte kurzfristige Effekte zurückzuführen sind, dass (2) ein kurzfristiger Effekt negativ beschleunigt abfällt, und dass (3) das sehr schwache Effektresiduum eines kurzfristigen Effektes auf das etwas stärkere, langfristige „chronische“ Effektlevel des Kultivierungseffektes „gepusht“ wird.

Aus Gründen der Einfachheit sind wir hier nicht auf die Möglichkeit unterschiedlicher P1-Effektgrößen eingegangen, sondern haben diese für die Darstellung der modelltheoretisch implizierten Beziehungen konstant gehalten. Aus einer kultivierungstheoretischen Perspektive macht das aber auch Sinn, weil über die Zeit die *aggregierten* Stimulusintensitäten in etwa gleich realisiert sein sollten (z.B. die „gemittelten“ Stimulusintensitäten von ( $i$  bis  $c/2$ ) im Vergleich zu ( $(c/2+1)$  bis  $c$ ); vgl. etwa Ungleichung 18). Dies trifft jedoch nur zu, wenn die Art der Berichterstattung bezogen auf einen Teilaspekt der sozialen Wirklichkeit über die Zeit relativ konstant bleibt. Das ist eine empirische Frage an inhaltsanalytische Evidenz. Für den Kultivierungseffekt, der in dieser Dissertation untersucht wurde, ist das jedoch inhaltsanalytisch nachgewiesen (vgl. Arendt, 2010; Kapitel 3.1). Es soll jedoch noch einmal darauf hingewiesen werden, dass wir in Kapitel 3.1 dezidiert auf moderierende Größen eingehen werden (d.h. bezogen auf die Stimulusintensität und Variablen der individuellen Differenz).

Natürlich sind mehrere Relationen basierend auf dem Modell in Abbildung 1 möglich. CEEM leitet jedoch nur Relationen ab, die mit Ergebnissen aus der Grundlagenforschung vereinbar sind. Einen ersten empirischen Test erhält CEEM in Kapitel 3.1. Es soll nun das zweite theoretische Modell, welches im Rahmen des Dissertationsprojekts gebildet wurde, vorgestellt werden. CEEM beschreibt den Prozess zwischen kurzfristigen und langfristigen Effekten. Das nun präsentierte Modell beschreibt relevante Variablen während der Urteilsbildung.

## 2.3.2.2. Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN)

Das Modell welches hier nun beschrieben wird, baut auf dem heuristischen Prozessmodell von Shrum (2009) auf, welches bereits ausführlich beschrieben wurde (vgl. Kapitel 2.2.2). Dieses Modell ist jedoch nicht 1:1 aus der TV-Kultivierungsforschung übernehmbar, da sich Tageszeitungen und Fernsehen hinsichtlich als relevant erachteter Merkmale unterscheiden (vgl. Kapitel 2.1.2.1).

Um Shrum's Annahmen noch einmal kurz zu verdeutlichen: Medienrezeption erhöht die Zugänglichkeit von Konzepten im Gedächtnis. Sind etwa Ärzte im TV deutlich überrepräsentiert, dann ist die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass VielseherInnen Ärzte im Gedächtnis zugänglicher haben als Nicht- oder WenigseherInnen. Dieser Prozess spielt sich während der Rezeption ab. Später, wenn nun ein Kultivierungsurteil gebildet werden soll, müssen Gedächtnisinhalte abgerufen werden. Die erinnerungsgestützte Urteilsbildung verläuft typischerweise heuristisch, da die Motivation und oft auch die Fähigkeit zur Urteilsbildung gering ist. Wenn nun ein Urteil heuristisch gebildet wird, wird auf die zugänglichste Information zugegriffen. Je höher die Zugänglichkeit einer Erinnerung, desto eher wird diese für das Urteil verwendet. Da VielseherInnen ein im TV überrepräsentiertes Konzept zugänglicher haben, überschätzen sie den Anteil von dieser sozialen Kategorie. So sollten VielseherInnen etwa den Anteil von Ärzten an allen Berufstätigen überschätzen, weil sie das Konzept „Arzt“ im Gedächtnis zugänglicher haben. Soweit, so gut. Das ist der „typische“ Modus. Wird jedoch die Urteilsbildung systematisiert indem die Wichtigkeit des Urteils hervorgehoben wird (höhere Motivation) und dem Probanden mehr Zeit gegeben wird (höhere Fähigkeit), dann werden nicht nur die zugänglichsten Informationen verwendet. Diese weiteren Informationen sind nach Shrum mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit nicht „verzerrt“, weil sie aus anderen Quellen stammen (z.B. Erfahrung aus erster Hand). Da sich die zusätzlich abgerufene, weniger zugängliche Information bei VielseherInnen und Nicht- oder WenigseherInnen

nicht bedeutsam unterscheiden, sollte der Kultivierungseffekt bei systematischer Urteilsbildung reduziert sein. Shrum's Arbeiten zeigen genau dies. Zusätzlich sollte nach Shrum eine systematische Urteilsbildung dazu führen, dass Kontextinformationen der Erinnerungen berücksichtigt werden. So steigt die Wahrscheinlichkeit, dass erkannt wird, dass die zugänglichste Erinnerung aus dem Fernsehen stammt. Da das TV größtenteils fiktionale Angebote beinhaltet (im Sinne der Kultivierungstheorie), sollte es demnach zu einem Source-Discount Prozess kommen. Auch das haben Shrum und KollegInnen empirisch nachgewiesen. Als letzter Punkt ist noch zu erwähnen, dass die bloße Aktivierung der (für das Urteil inadequat eingeschätzten) Quelle „TV“ den Kultivierungseffekt reduziert (= Quellen-Priming).

Im Rahmen von Tageszeitungen ergibt sich nun ein Problem: Es werden größtenteils faktuale Inhalte präsentiert. Es ist somit nicht von Anfang an klar, ob die Information aus einer Tageszeitung als unreliabel eingeschätzt wird. Zudem ist dies eigentlich auch im TV-Kultivierungskontext nicht eindeutig: Einerseits gibt es faktuale Angebote (Nachrichten) oder solche die dies suggerieren (Reality-Formate), andererseits hat jedoch bereits Gerbner auf den representationalen Realismus verwiesen (vgl. Kapitel 2.1.1.1): Die Geschichte (z.B. eines Hollywood-Streifens) mag zwar erfunden sein (und als fiktional auch von Seiten der RezipientInnen erkannt werden), jedoch spielt diese vor einem „wahren“ Hintergrund (z.B. in einer „echten“ Stadt). Somit muss die Adequatheit einer Erinnerung auch im TV-Kultivierungszusammenhang nicht von Haus aus negativ bewertet werden.

Nichtsdestotrotz, Shrums empirische Arbeiten unterstützen sein Modell. Im Tageszeitungs-Kontext müssen diese zusätzlichen Gedanken jedoch integriert werden. Hier wird nun eine zusätzliche Variable eingeführt: die Bereitschaft Gedächtnisinhalte aus einer gewissen Quelle zu verwenden. Ob diese im TZ-Kontext wirklich eine Rolle wichtige spielt ist letztendlich eine empirische Frage und wird in Kapitel 3.2 getestet. Wir beginnen jedoch zunächst mit dem theoretischen Modell.



	Quellen-Prime		Kein Quellen-Prime	
	heuristisch	systematisch	heuristisch	systematisch
hohe Bereitschaft	1 ~ +	2 ~ +	3 ~	4 ~ +
niedrige Bereitschaft	5 -	6 -	7 ~	8 ~ +

**Abbildung 4. Heuristic Processing Model of Newspaper Effects (HPMN).** Dieses Modell baut auf dem heuristischen Prozessmodell von Shrum (2009) auf, erweitert dieses jedoch für den Tageszeitungs-Kultivierungskontext. Durch die Kombination der (rein aus analytischen Gründen dichotomisierten) Variablen ergeben sich 8 mögliche Bedingungen. Siehe Text für die Beschreibung der einzelnen Bedingungen.

## 1. HPMN's Hypothesen

Das Modell, welches versucht Prozesse *während der Urteilsbildung* zu erklären, beinhaltet drei, als wichtig erachtete, Variablen. Die **Systematik der Urteilsbildung** und das Vorhandensein eines **Quellen-Primes** sind bereits aus Shrum's Modell bekannt. Zusätzlich wird die **Bereitschaft** zur Verwendung einer Erinnerung aus der medialen Quelle integriert. Somit hat die Bereitschaft eine konzeptionelle Ähnlichkeit mit dem Faktor „Anwendbarkeit“ der Erinnerung (engl.: „applicability“, vgl. Kapitel 2.3.2.1). Aus der Kombination der drei (rein aus analytischen Gründen im Modell dichotomisierten) Variablen ergeben sich 8 mögliche Kombinationen. Sie sind in Abbildung 4 zu sehen.

Bevor die modelltheoretischen Annahmen von HPMN vorgestellt werden, soll noch auf die erwarteten allgemeinen Haupteffekte der drei Variablen eingegangen werden:

1. *Systematische Urteilsbildung* bedeutet längeres und intensiveres Nachdenken (vgl. zu heuristisch/systematisch: Eagly & Chaiken, 1993; Petty & Cacioppo, 1986; aktueller: Petty et al., 2009; oder Kapitel 2.2.2). Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass mehr Konzeptknoten im assoziativen Netzwerk aktiviert werden. Somit gilt: (1) mehr Erinnerungen

werden abgerufen (nicht nur die zugänglichsten Erinnerungen), und (2) die Wahrscheinlichkeit, dass die Kontextinformation „Quelle“ zu der jeweiligen Erinnerung aktiviert wird, steigt.

2. Die *Anwesenheit eines Quellen-Primes* aktiviert den Konzeptknoten „Quelle“. Somit ist die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass VielleserInnen bei der abgerufenen zugänglichsten (verzerrten, medialen) Erinnerung die Quelle auch berücksichtigen. Dies ist kompatibel mit der Perspektive von Shrum (2009). Das HPMN differenziert hier jedoch: Ein Quellen-Prime bedeutet nicht, dass notwendigerweise auch länger und intensiver nachgedacht wird. Folglich führt ein Quellen-Prime *nicht* automatisch zu einer systematischen Urteilsbildung (im Sinne von HPMN). Wird etwa die Quelle einer Erinnerung als adequat eingestuft, dann sollte es zu keinem Source-Discount Prozess kommen.<sup>11</sup> Das ist ein wichtiger Punkt für den TZ-Zusammenhang.<sup>12</sup>
  
3. Mit *zunehmender Bereitschaft* zur Verwendung von Erinnerungen aus der medialen Quelle steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Informationen aus dieser Quelle in die Urteilsbildung einfließen. Sind jedoch wenige (oder gar keine) Erinnerungen aus alternativen Quellen vorhanden, erhöht sich die Bereitschaft auch bei gering eingeschätzter Adequatheit der Information (nach dem Motto: „Es gibt nichts besseres“). Dies kann etwa den Nah-Fern Effekt erklären (vgl. Kapitel 2.1.2.3).

---

<sup>11</sup> Wird die Quelle als inadquat eingestuft, sollte es zu einem Source-Discount kommen. Aus rein analytischen Gründen wird an dieser Stelle auch dieser Fall nicht als systematische Urteilsbildung eingestuft. Shrum (2009) macht dies, da natürlich ein Source-Discount theoretisch etwas an Zeit benötigt und *eventuell (aber nicht unbedingt)* zusätzliche Informationen abgerufen werden (können).

<sup>12</sup> Das Priming einer spezifischen Medienquelle kann auch dazu führen, dass generell weniger mediale Informationen für das Urteil verwendet werden. Das ist im Sinne eines „Selbstschutzes“ gemeint: Ein reliabler Medieneffekt ist der Third-Person Effekt. Dies ist die tendenzielle Einschätzung, dass Medien wenig(er) Wirkung auf einen selbst zeigen, jedoch auf andere: „Ich werde nicht beeinflusst, jedoch die anderen!“ (vgl. Perloff, 2009). Damit erst gar nicht das Gefühl entsteht, dass man selbst eventuell auch beeinflusst werden könnte, würden nach dieser Hypothese unter Quellen-Priming-Treatment erst gar keine (oder weniger) mediale Erinnerungen zur Urteilsbildung herangezogen. Würde dies zutreffen, dann müsste sich der Unterschied zwischen den Zellen 1-4 (hohe Bereitschaft) und Zellen 5-8 (niedrige Bereitschaft) weniger stark zeigen. Diese Erklärung ist jedoch zunächst einmal zu spekulativ, um diese in das Modell zu integrieren.

Neben diesen Haupteffekten der drei Variablen, müssen jedoch vor allem auch die Kombinationen betrachtet werden (Wechselwirkungen). Im Folgenden werden für jede Bedingung (= Zellen 1 - 8) aus Abbildung 4 die HPMN-Annahmen diskutiert.

- **Bedingung 1** (Prime/heuristisch/willig). Es wird auf die zugänglichste Information zugegriffen. Der Quellen-Prime erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass assoziierte Erinnerungen (aus der medialen Quelle) aktiviert werden (spreading activation). Ein Quellen-Prime bewirkt jedoch auch, dass erkannt wird, dass die aktivierte (zugänglichste) Information aus einer angemessenen Quelle stammt. Es gibt keine Notwendigkeit für einen Source-Discount. Da die Urteilsbildung jedoch heuristisch abläuft, ist wenig Motivation zum längeren Nachdenken über den Sachverhalt vorhanden. Folglich sollte der Kultivierungseffekt dem der Kontrollbedingung<sup>13</sup> entsprechen bzw. höchstens ein wenig erhöht ausfallen.
- **Bedingung 2** (Prime, systematisch, willig). Dieser Modus entspricht dem von Bedingung 1, jedoch wird hier länger über das Urteil nachgedacht. Damit erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die durch die Aktivierungsausbreitung aktivierten zusätzlichen Erinnerungen aus der (verzerrten) medialen Quelle auch in das Urteil eingebaut werden. Der Kultivierungseffekt kann somit wie bei Bedingung 1 gleich zur Kontrollgruppe ausfallen, oder aber ansteigen – je nachdem welche Gewichte die zusätzlich abgerufenen Erinnerungen besitzen. In Abbildung 4 ist dies durch ein etwas größeres Additionszeichen gekennzeichnet.
- **Bedingung 3** (Kein Prime, heuristisch, willig). Dieser Modus (heuristisch, kein Quellen-Prime) entspricht dem typischen Modus der Urteilsbildung. Quellen-Kontextinformationen werden nicht berücksichtigt. Hier wird der gleiche Kultivierungseffekt wie in der Kontrollbedingung erwartet.

---

<sup>13</sup> Mit Kontrollbedingung ist hier die Urteilsabfrage ohne Manipulation gemeint, d.h. der „typische“ Modus (vgl. Shrum, 2009).

- **Bedingung 4** (Kein Prime, systematisch, willig). Durch die systematische Urteilsbildung erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Kontextinformation „Quelle“ und mehr zusätzliche Erinnerungen abgerufen werden. Durch die Aktivierung der Quelle ergibt sich keine Notwendigkeit eines Source-Discounts. Ob der Kultivierungseffekt nun stärker, schwächer, oder gleich ausfällt, kommt auf die zusätzlich abgerufenen Erinnerungen an: Shrum (2009) geht davon aus, dass diese Erinnerungen vornehmlich aus Quellen stammen, die weniger verzerrt sind. In diesem Fall sollte sich der Effekt abschwächen. Wenn die Erinnerungen jedoch ebenso verzerrt sind, ändert dies nicht viel am schon ursprünglich verzerrten Urteil. Es besteht zusätzlich die Möglichkeit, dass Informationen aus der medialen Quelle (z.B. aus der gleichen verzerrten Tageszeitung) abgerufen werden. Ein etwas stärkerer Effekt könnte resultieren. Es ist auch nicht klar, ob die Kontextinformation „Quelle“ den Erinnerungen immer richtig zugeordnet werden kann. Die Stärke des Kultivierungseffekts auf dieser Ebene ist schwer zu prognostizieren: Er kann gleich, abgeschwächt oder verstärkt ausfallen.
- **Bedingung 5** (Prime, heuristisch, unwillig). Dies ist die Ebene auf der sich Shrum et al. (1998) vermeintlich befinden: Die Präsentation eines Quellen-Primes unter sonst typischer Urteilsbildung (heuristisch) bewirkt, dass die inadequate Quelle erkannt wird und dadurch die Bereitschaft zur Verwendung dieser Erinnerung tendenziell sinkt. Die Urteilsbildung erfolgt jedoch heuristisch, d.h. es besteht wenig Motivation über das Urteil länger nachzudenken. Somit wird erwartet, dass eine schwache Reduktion des Kultivierungseffektes eintritt.
- **Bedingung 6** (Prime, systematisch, unwillig). Unter dieser Bedingung verringert sich der Kultivierungseffekt, weil die Wahrscheinlichkeit steigt, dass erkannt wird, dass die ersten in den Sinn kommenden Gedanken aus einer unangemessenen Quelle stammen (Source-Discount Prozess). Das zusätzliche längere Nachdenken über das Urteil erhöht auch die Wahrscheinlichkeit des Abrufs zusätzlicher unverzerrter Erinnerungen, da die (zusätzlich abgerufenen) Erinnerungen aus der verzerrten medialen

Quelle – auch wenn sie zugänglicher sind – zurückgewiesen werden. Der Kultivierungseffekt sollte auf dieser Ebene stärker reduziert sein, als in Bedingung 5.<sup>14</sup>

- **Bedingung 7** (Kein Prime, heuristisch, unwillig). Diese Bedingung entspricht in etwa Zelle 3. Da die Kontextinformation einer Erinnerung beim relativ kurzen und reduzierten Nachdenken über das Urteilsproblem in dieser Bedingung nicht berücksichtigt wird, spielt die (hohe oder niedrige) Bereitschaft Erinnerungen aus der medialen Quelle zu verwenden keine Rolle. Der Kultivierungseffekt sollte bezüglich der Stärke dem der Kontrollbedingung entsprechen.
- **Bedingung 8** (Kein Prime, systematisch, unwillig). Diese Ebene entspricht den Urteilsbildungs-Studien von Shrum (2001, 2007), in welchen systematische Urteilsbildung durch die experimentelle Manipulation der Motivation und der Fähigkeit zur Urteilsbildung evoziert wurde. Auch hier ist die Vermutung von Shrum ziemlich geradlinig: Eine Reduktion der Effektgröße oder sogar das vollständige Verschwinden des Effekts wird erwartet. Aber auch hier ist der Sachverhalt nicht so klar wie es auf den ersten Blick erscheint. Zum einen können Fehler im Zuschreibungsprozess „Quelle = inadequat“ passieren (vgl. Mares, 1996). Zusätzlich kann die Quelle als Kontextinformation einfach vergessen werden. Der Konzeptknoten mag in gewissen Fällen zwar noch vorhanden sein, jedoch gelingt der Zugriff (ohne Quellen-Prime) nicht mehr, weil die Assoziation zur Erinnerung zu schwach ist. Auf diesen Weg kann eine systematische Urteilsbildung auch zum Abruf und zur Verwendung von mehr Erinnerungen führen, die eben auch aus der verzerrten medialen Quelle

---

<sup>14</sup> Diese Aussagen (in Bezug auf Bedingungen 5 und 6) setzen implizit voraus, dass die Kontextinformation „Quelle“ im Gedächtnis der ProbandInnen vorhanden ist. Hier gibt es innerhalb der Gedächtnisforschung noch Diskussionen (vgl. Buchner & Brandt, 2002, 514). Der Quellen-Prime sollte auch keinen Effekt haben, wenn das Kultivierungsurteil vollständig auf Basis von reiner semantischer Erinnerung gefällt wird. Die Forschung zeigt jedoch, dass Kontextinformation (= episodisch) lange, teilweise über Jahre erhalten bleibt (Frankland & Bontempi, 2005). Auf jeden Fall unterstreicht dieser Einwand die Komplexität des auf den ersten Blick als relativ simpel erscheinenden Kultivierungsphänomens erster Ordnung. Empirisch ist das Vorhandensein von episodischen Kontextinformationen jedoch einfach nachzuweisen: Wenn ein Quellen-Prime einen Effekt hat, dann *muss* ein Konzeptknoten der medialen Quelle im assoziativen Netzwerk der ProbandInnen vorhanden sein. In Kapitel 3.2.1 wird dies überprüft.

stammen. Schließlich – und das ist vor allem für faktuale Inhalte aus Tageszeitungen relevant – ist das medial vermittelte Ereignis in der Realität passiert. Auch wenn die Berichterstattung einer bestimmten Tageszeitung als unglaubwürdig angesehen wird, ist es dem Probanden wohl in vielen Fällen nicht mehr möglich die Informationen aus der spezifischen medialen Quelle (z.B. einer Tageszeitung) von anderen medialen oder non-medialen Quellen sauber zu trennen (Shapiro & Lang, 1991; vgl. Kapitel 2.2.3). Es mag auch eine bestimmte Information innerhalb des Artikels sein, die als unglaubwürdig eingestuft wird. In diesem Fall ist es noch schwieriger nach längerer Zeit das als „wahr“ erachtete Ereignis, von der als „unwahr“ eingestuften Information zu trennen. Hier könnten auch kognitive Fähigkeiten eine Rolle spielen. Rossmann (2008, 260) weist darauf hin, dass TV-Kultivierungseffekte bei systematischer Urteilsbildung nur unter bestimmten Voraussetzungen und in bestimmten Subgruppen zu erwarten sind. Dadurch sollten sie nach der Autorin insgesamt kleiner ausfallen als Kultivierungseffekte, die durch heuristische Urteilsbildung entstehen. Das HPMN nimmt jedoch an, dass unter dieser Bedingung auch eine Verstärkung des Effektes prinzipiell möglich ist: Es könnten, wie bereits beschrieben, von TZ-Inhalten of nur Bruchstücke erinnert werden. Sollte die Quelle nicht berücksichtigt werden (weil der Zugriff misslingt, weil die Spuren zerfallen sind, oder weil die Kontextinformation „Quelle“ mit anderen Gedächtnisinhalten interferiert [vgl. Buchner & Brandt, 2002, 514]), dann wird unter systematischer Urteilsbildung auch möglicherweise mehr verzerrte Information abgerufen, was zu einem stärkeren Kultivierungseffekt führen kann. Innerhalb der TV-Kultivierungsforschung produziert diese Bedingung einen reduzierenden Effekt (Shrum, 2001, 2007; vgl. aber die bereits zitierte Meta-Analyse von Shanahan & Morgan, 1999, betreffend der „Sensibilisierungs“-Studien!).

Wie durch die Beschreibung der Annahmen von HPMN deutlich geworden ist, setzt HPMN in der Phase der Urteilsbildung an. CEEM erklärt den Prozess zwischen kurzfristigen und langfristigen Effekten. Somit ergänzen sich beide

Modelle. Da die Darstellung der theoretischen Vorstellungen nun abgeschlossen ist, können beide Modelle einer ersten empirischen Überprüfung unterzogen werden.





# 3. Empirische Überprüfung

In diesem Kapitel werden erstmals Daten der empirischen Überprüfung von CEEM und HPMN präsentiert. Es wurden pro Modell jeweils zwei Studien durchgeführt. Studien 1 und 2 überprüften grundlegende Annahmen von CEEM. Studien 3 und 4 testeten grundlegende Hypothesen von HPMN.

## Überblick über das empirische Vorgehen

Die Studien wurden in Österreich durchgeführt. In Österreich lässt sich ein reliabler Kultivierungseffekt von einer spezifischen Tageszeitung nachweisen (für die österreichische Medienlandschaft vgl. Steinmaurer, 2009): Arendt (2010) fand in einer Inhaltsanalyse (Vollerhebung einer jeden tatverdächtigen Person über einen Zeitraum von 4 Monaten,  $N = 1920$  Personen), dass die Boulevardzeitung *Kronen Zeitung*, kurz *Krone*, Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen deutlich überrepräsentiert (= **Meta-Narrativ**). So zeigen Daten des Bundeskriminalamts, dass rund 27% aller tatverdächtigen Personen aus dem Ausland kommen. Innerhalb der „Krone-Welt“ werden jedoch rund 65% aller tatverdächtigen Personen, bei welchen die Nationalität erkennbar ist, als Ausländer etikettiert. Diese Überrepräsentation erscheint relativ konstant über die Zeit betrachtet. Aus diesem Befund wurde die Vermutung abgeleitet, dass diejenigen, welche häufiger die Krone lesen, den Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen überschätzen (= Kultivierungshypothese, Zwei-Konzept Kultivierung, vgl. Kapitel 2.3.2.1). Ein Cross-Lagged Panel Design mit zwei Wellen wurde angewendet um diese Hypothese zu überprüfen. Die Daten zeigen einen signifikanten Querschnittszusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit der Krone und der

Anteilseinschätzung (Frage: „What percentage of all people who are suspected of having committed an offense are foreigners?“). Zusätzlich konnte auch ein schwacher signifikanter kausaler Einfluss dokumentiert werden. Der Querschnittszusammenhang ist in seiner Stärke mit der durchschnittlichen Effektgröße der TV-Kultivierungsforschung vergleichbar (Shanahan & Morgan, 1999). Pearson  $r$ 's waren .18 (Welle 1) und .17 (Welle 2).

Dieser Kultivierungseffekt war der Startpunkt für das Forschungsprojekt, welches der Dissertation zu Grunde liegt. Alle vier Studien verwendeten diesen Kultivierungseffekt als „Modell-Effekt“. Dies ermöglicht einen Vergleich zwischen den einzelnen Studien.

Studie 1 untersuchte die von CEEM vermuteten Prozesse zwischen einem einzelnen Exposure und kumulativen Exposure hinsichtlich des Kultivierungseffektes auf die Anteilseinschätzung. Studie 2 untersuchte den von CEEM vermuteten langfristigen Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation zwischen den Konzepten „Ausland“ und „kriminell“ im Gedächtnis der LeserInnen (Zugänglichkeit der Assoziation). Zusätzlich versuchte Studie 2 durch die Verwendung eines Laborexperimentes mehr Sicherheit in die kausale Interpretation der Querschnittbefunde zu bringen und testete ergänzend auch potentielle Moderatorvariablen des kurzfristigen Effektes (physiologische Erregung, attribuierte Text-Glaubwürdigkeit). Studie 3 untersuchte im Rahmen einer ersten HPMN-Überprüfung, ob ein Quellen-Prime eine reduzierende Wirkung auf den Kultivierungseffekt hat. Studie 4 untersuchte, ob systematische Urteilsbildung auch den TZ-Kultivierungseffekt reduziert.

# 3.1. Überprüfung von CEEM

## 3.1.1. Studie 1: Von Priming zu Kultivierung

### Abstract

*In Studie 1 wurden zentrale CEEM-Annahmen getestet. 465 StudentInnen nahmen an einem Web-Experiment teil, bei welchem die Datenerhebung an jeweils zwei Tagen stattfand (Messwiederholungs-Design). Es wurde sowohl der langfristige Krone-Kultivierungseffekt als auch kurzfristige Effekte des Lesens einiger verzerrter Krone-Texte gemessen. Die TeilnehmerInnen wurden per Zufall auf eine von acht experimentellen Bedingungen zugeteilt: 2 (Treatmentgruppe, Kontrollgruppe) x 4 (zeitliche Verzögerung der Post-Messung der abhängigen Variable: 3 Minuten, 16 Minuten, 1 Tag, 2 Tage). Die Treatmentgruppe erhielt Texte, in denen – konsistent mit der langfristigen Tendenz innerhalb der Krone-Welt – Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert wurden. Die Kontrollgruppe las über die gleichen Täter und Taten, nur wurde die Nationalität nicht genannt. Ein kurzfristiger Treatmenteffekt wurde als Unterschied zwischen Kontroll- und Treatmentgruppe hinsichtlich der Anteilseinschätzung (Differenz der Vorher- und Nachher-Messung) definiert. Somit ergaben sich 4 Effektgrößen, welche sich auf P1 (3 Minuten), P2 (16 Minuten) und Pr (1 Tag, 2 Tage) beziehen. Es zeigte sich ein kurzfristiger Effekt auf die Anteilseinschätzung von rund 6% erklärter Varianz. Der Abfall erfolgte negativ beschleunigt und pendelte sich bei einer residualen Asymptote von rund 1% erklärter Varianz ein. Der langfristige Kultivierungseffekt zeigte eine Effektgröße von rund 2 % erklärter Varianz. LeserInnen der Krone zeigten den gleichen Effekt unmittelbar nach erfolgtem Treatment wie NichtleserInnen (P1), was auf eine additive Wirkung von chronischen und temporären Quellen der Zugänglichkeit hindeutet. LeserInnen zeigten kurz nach dem Treatment einen stärkeren Effekt als NichtleserInnen (P2). Anschließend fiel die Effektgröße der*

*LeserInnen jedoch rapide in Richtung Baseline. NichtleserInnen zeigten einen starken Abfall kurz nach dem Treatment, um jedoch lange nach dem Treatment auf einem höheren residualen Niveau zu verweilen (Pr). Zusätzlich konnte gezeigt werden, dass das persönlichkeitsbezogene Merkmal Angstbewältigung einen moderierenden Einfluss auf den Abfall des Effektes zeigt: Vigilanz (d.h. die Tendenz bedrohliche Reize vermehrt aufzunehmen und diese zu verarbeiten) moderierte den Treatmenteffekt signifikant nach einem Tag. Vigilante Personen zeigten einen stärkeren Effekt. Der Großteil der dokumentierten empirischen Evidenz unterstützt die zentralen CEEM-Annahmen.*

Eine Journal-Artikel Version dieser Studie wurde zur Veröffentlichung akzeptiert:

Arendt, F. (akzeptiert zur Veröffentlichung). News Stereotypes, Time, and Fading Priming Effects. *Journalism and Mass Communication Quarterly*.

## Einleitung

Da es unmöglich ist alle CEEM Hypothesen in einer Studie zu testen, wurde in Studie 1 nur ein Teil getestet. Es kam ein Web-Experiment zum Einsatz. Um CEEM-Prozesshypothesen überprüfen zu können, war es notwendig Entscheidungen bezüglich der verwendeten zeitlichen Intervalle (P1, P2, und Pr) zu treffen. Da diese Studie die erste Studie ist, welche diese Hypothesen überprüfte, war von Anfang an nicht klar, welche die am besten geeigneten zeitlichen Verzögerungswerte sind. Auf Basis der bereits in Kapitel 2.3.2.1 beschriebenen Studien, wurden folgende Intervalle gewählt:

- P1 sollte kleiner als 5 Minuten sein. Dies ist *unmittelbar* nach dem Treatment, jedoch wird ebenfalls sichergestellt, dass das Arbeitsgedächtnis (relativ) „gelöscht“ ist (vgl. Higgins et al., 1985, für dieses Vorgehen).
- P2 sollte zwischen 15 und 20 Minuten sein. Dies ist *kurz* nach dem Treatment und befindet sich im Endbereich der zeitlichen Verzögerung, welche in den meisten Priming-Studien angewendet wurde (Roskos-Ewoldsen et al., 2009).
- Da keine Sicherheit herrschte, welches zeitliche Intervall geeignet für Pr ist, wurden zwei zusätzliche Post-Messwerte eingeführt: Ein Tag nach dem Treatment (= P3) und zwei Tage nach dem Treatment (P4).

Die Extinktions-Hypothese wurde nicht direkt überprüft, da angenommen wurde, dass die zeitliche Verzögerung zwischen zwei Exposures bei VielleserInnen zu gering ist, um Extinktion im Sinne von CEEM zu produzieren (vgl. Kapitel 2.3.2.1).

## Zusätzliche theoretische Annahmen

Es wurde eine potentielle Moderatorvariable in Bezug auf die *individual difference hypothesis* untersucht: Coping-Stil. Aufbauend auf bestehenden Befunden (Vitouch, 2007; Vitouch, Walter, & Tinchon, 2003) die zeigen, dass der Coping-Stil im Medienzusammenhang bezüglich der Informationsverarbeitung von Bedeutung ist, wurde angenommen, dass die Variable *Angstbewältigung* einen moderierenden Effekt bei der Kriminalitäts-Kultivierung haben könnte.<sup>15</sup>

Nach dem Modell der Angstbewältigung von Krohne und Egloff (1998; siehe auch Krohne & Hock, 2008; Nestler & Egloff, 2010) wurde angenommen, dass sich Personen hinsichtlich ihres Angstbewältigungsstils unterscheiden. Kriminalitätstexte (z.B. der Krone) werden als potentiell Angst-evozierende Stimuli aufgefasst. Angst-evozierende Situationen bestehen aus der Anwesenheit von bedrohlichen Cues und einem hohen Grad an Ambiguität. Diese Faktoren führen zu *aversiv erlebten Arousal* und einer *erhöhten erlebten Unsicherheit*. Manche Individuen reagieren vorallem auf den durch den bedrohlichen Reiz evozierten erhöhten Arousal-Level negativ. Um den erhöhten aversiven Erregungszustand zu vermindern, brechen diese kognitiv vermeidenden Individuen die weitere Informationsverarbeitung der bedrohlichen Situation ab (z.B. Merkmale des Täters in Krone-Kriminalitätstexten). Daher könnte man sagen, dass *kognitive Vermeider* „Angst vor der Angst“ (Krohne & Egloff, 1998) haben. Da angenommen wird, dass typische Zeitungstexte in der Regel keinen hohen Arousal-Level evozieren (vgl. Kapitel 3.1.2), wird *nicht* vermutet, dass die Tendenz zur kognitiven Vermeidung den kurzfristigen Effekt eines Exposures moderiert. Allerdings wird die zweite Variable des Angstbewältigungs-Konzeptes als bedeutsam erachtet: Individuen, welche stärker eine hohe Ausprägung an subjektiv erlebter Unsicherheit als aversiv erleben, sind bestrebt mehr Informationen des bedrohlichen Reizes zu verarbeiten, um die Unsicherheit zu

---

<sup>15</sup> CEEM macht keine Aussagen über spezifische Variablen der individuellen Differenz. Es erscheint wahrscheinlich, dass es kontextunabhängige Variablen gibt (entfalten ihre moderierende Rolle etwa über verschiedene Themen) und kontextabhängige Variablen (entfalten ihre moderierende Rolle speziell bei einem Thema). Vigilanz wurde deshalb gewählt, weil sie gerade im Kriminalitätskontext als vielversprechend angesehen werden kann (vgl. Argumentation weiter unten).

reduzieren. Folglich haben vigilante Individuen eher „Angst vor der Gefahr“ (Krohne & Egloff, 1998). *Vigilante* versuchen über die Gefahrenquelle möglichst viel zu erfahren um in zukünftigen Situationen nicht negativ überrascht zu werden. Für den Kultivierungszusammenhang könnte dies weitreichende Konsequenzen haben: Vigilante sollten dem Täter (= bedrohlicher Stimulus) mehr Aufmerksamkeit widmen. Dadurch könnten täterbezogene Informationen (z.B. die für das Kultivierungsurteil relevante ausländische Nationalität) besser abgespeichert werden.

Es gibt bereits empirische Evidenz, dass der Angstbewältigungsstil die Verarbeitung von bedrohungsevozierenden medialen Stimuli beeinflusst (Hock & Krohne, 2004; Krohne & Hock, 2008; Nestler & Egloff, 2010). So zeigen Hock und Krohne (2004, Studie 2), dass Personen mit der Tendenz sich selektiv zu bedrohlichen Reizen zuzuwenden eine bessere Gedächtnisleistung für bedrohliche Informationen zeigen. Allerdings zeigte sich diese verbesserte Leistung in einem verzögerten Rekognitions-Test (3 Tage nach der Stimuluspräsentation). Die Daten lassen vermuten, dass sich der Vigilanz-Effekt erst nach einer gewissen zeitlichen Verzögerung zeigt. Daher erscheint es so als ob der Moderatoreffekt von Vigilanz “need a certain amount of time to become fully apparent in memory performance” (Hock & Krohne, 2004, p. 80). Krohne und Hock (2008) konnten diesen verzögerten Moderatoreffekt replizieren.

Es wurde vermutet, dass Kriminalitätstexte aus Boulevardzeitungen als potentiell Angst-evozierende Stimuli agieren können. Da nicht davon ausgegangen wurde, dass typische Zeitungstexte hohe Arousallevels auslösen (vgl. hierzu Studie 2, Kapitel 3.1.2), wurde nicht vermutet, dass kognitive Vermeidung den Treatmenteffekt moderiert. Jedoch wurde eine solche Moderatorrolle für Vigilanz angenommen: Vigilante Individuen empfinden einen Zustand von erhöhter Unsicherheit als aversiv. Daher versuchen diese Individuen den Zustand erlebter Unsicherheit zu reduzieren. Dies kann durch die vermehrte Aufnahme und Verarbeitung des bedrohlichen Reizes erfolgen. Es wurde vermutet, dass diese Tendenz gerade bei Kriminalitätstexten (interpretiert als potentiell bedrohlichen Reiz) eine Rolle spielt: Vigilante Individuen sollten sich mit einer höheren

Wahrscheinlichkeit bedrohlichen Reizen wie gewissen Merkmalen des Täters (z.B., Nationalität) zuwenden und diese besser verarbeiten.

Diese Moderatorvorstellung der Vigilanz kann mit Hilfe von Lang's (2000, 2006) *Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing* (LC4MP, = ergänzte Modellvorstellung von Lang, 2000, welche in Kapitel 2.3.1 beschrieben wurde) erklärt werden. Dieses nimmt an, dass Gedächtnisleistung (z.B. was eine Person von Kriminalitätstexten erinnert) das Ergebnis davon ist, (1) wie viel der Information enkodiert wurde, (2) wie gut diese Information abgespeichert wurde, und (3) wieviel der abgespeicherten Information erinnert werden kann (Lang 2000, 56). Wenn nun vigilante Individuen bedrohliche Informationen besser enkodieren, sollten diese auch mehr Informationen in einer zukünftigen Situation zur Verfügung haben. Als Konsequenz sollten vigilante Personen in der Urteilsituation, in welcher ein Kultivierungsurteil gebildet wird, mehr anwendbare (*applicability*) Erinnerungen verfügbarer (*availability*) und zugänglicher (*accessibility*) haben (vgl. Fn 4).

Um dies genauer zu erklären – vor allem mit Hilfe des LC4MP-Modells – soll der Mechanismus genauer beschrieben werden (vgl. als Hintergrundinformation: Kapitel 2.3.1): Es wird angenommen, dass Ressourcen für die Enkodierung von massenmedialer Information zugeteilt werden müssen um eine mentale Repräsentation zu bilden. Die Ressourcenallokation kann über automatische als auch über kontrollierte Prozesse erfolgen. Eine Möglichkeit wie Ressourcenzuweisung erfolgen kann ist durch die Anwesenheit von motivational relevanten Stimuli. LC4MP postuliert zwei unabhängige motivationale Systeme: Das appetitive System, welches im Laufe der Evolution entstanden ist um das Überleben und die Reproduktion zu sichern, und das *aversive System*. Es wird nun argumentiert, dass eine Zunahme von bedrohlichen Reizen (z.B. Kriminalitätstexte) zu einer Aktivierung des aversiven Systems führt. Das Ziel des aversiven Systems ist Schutz. Folglich müssen bedrohliche Reize erst einmal identifiziert werden. Daher werden in einem ersten Schritt automatisch Ressourcen für den Enkodierungsprozess zugeteilt. Zusätzlich "because the danger needs to be avoided in the future, some resources are automatically shifted to storage in order to remember where the danger is located" (Lang, 2006, S62).



Basierend auf der bereits zitierten Forschung von Krohne und Hock wird an dieser Stelle vermutet, dass *Vigilanz diesen Vorgang moderiert*: Vigilante Individuen erleben einen Zustand erhöhter Unsicherheit aversiv und versuchen durch die bessere Verarbeitung von bedrohlichen Reizen die erlebte Unsicherheit zu reduzieren. Um dies in LC4MP-Begriffen auszudrücken: Vigilante Individuen weisen den Subprozessen der Enkodierung und der Speicherung mehr Ressourcen zu. Nimmt man weiters an, dass typische Zeitungstexte keinen „cognitive overload“ produzieren - was hier getan wird auf Grund der Annahmen, dass typische Boulevardzeitungstexte einfach sind (vgl. Bruck und Stocker, 2002) und genügend Zeit zur Verarbeitung vorhanden ist (z.B. für Re-Reads) -, sollten vigilante Personen mehr anwendbare (verzerrte) Erinnerungen in der Urteilsituation verfügbar und zugänglich haben.

Konkrete Hypothese in Bezug auf die *individual difference hypothesis*:

*Vigilanz moderiert den Treatmenteffekt, jedoch erst in einer verzögerten Messung der abhängigen Variablen.*

## **Methode**

Ein faktorielles experimentelles Design mit den Between-Subject Faktoren *Treatment* (Treatmentgruppe, Kontrollgruppe) und *zeitliche Verzögerung* der Post-Messung der abhängigen Variable (P1, P2, P3, P4) wurde angewendet.

## **ProbandInnen**

465 StudentInnen wurden im Rahmen einer großen Einführungsvorlesung zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung an der Universität Wien

angeworben. Für die Teilnahme erhielten die ProbandInnen Extrapunkte. 75.9 % sind weiblich. Das Alter reicht von 18 bis 48 Jahre ( $M = 21.06$ ,  $SD = 3.39$ ).

## Materialien

Die Treatmentgruppe erhielt 10 Artikel, welche in der Krone erschienen. Diese Anzahl wurde so gewählt, dass sie einen möglichen einzelnen Exposure repräsentiert. 5 Texte waren Füllertexte und standen mit dem Kultivierungsurteil nicht in Verbindung (z.B. über Schönheitsoperationen). Die restlichen 5 Texte beinhalteten kriminelle Handlungen (Diebstahl, Einbruch, Körperverletzung, Mord), welche in Österreich verübt wurden. In der Treatmentgruppe konnte die Nationalität der Täter in allen fünf Texten durch mehrere direkte Cues (z.B., „Der Serbe...“) oder indirekte Cues (z.B., „Asylant...“) abgelesen werden. In vier Artikeln wurden die Täter mit einer ausländischen Nationalität beschrieben. Um die externe Validität zu erhöhen (es werden nicht 100% der Krone-Täter als „Ausländer“ etikettiert, vgl. Arendt, 2010), wurde die Person in einem Artikel als „Österreicher“ etikettiert (bewaffneter Raub). Die Kontrollgruppe erhielt Texte mit den gleichen Taten und den gleichen Tätern, nur wurde die Nationalität *nie* genannt.

## Variablen

*Realitätsurteil.* Die ProbandInnen wurden gefragt wie hoch sie den prozentuellen Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen in Österreich einschätzen. Diese Einschätzung wurde *vor* und *nach* dem Lesen der Zeitungstexte erhoben. Diese Frage wurde inmitten mehrerer ähnlicher Fragen gestellt (z.B., prozentueller Anteil von Tannenbäumen an allen Bäumen in Österreich, prozentueller Anteil von Rauchern an allen Jugendlichen). Dies wurde gemacht, um das Ziel der Untersuchung zu verschleiern. Bei allen Anteilseinschätzungen bekamen die ProbandInnen zuerst eine Einleitungsseite (z.B., „Bitte denken Sie nun an die Kriminalität in Österreich“). Auf der nächsten Seite wurde Ihnen dann die Frage präsentiert: „Wie hoch ist der prozentuelle

Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen?“. Die ProbandInnen konnten auf einer 10-stelligen Skala antworten („0-9%“, „10-19%“, usw.). Ein Treatment-Effekt wurde als Post-Prä Differenz definiert. Folglich bedeutet ein höherer Wert der Realitätseinschätzung einen stärkeren kurzfristigen Treatment-Effekt in der vorausgesagten Richtung.

*Tageszeitungs-Nutzungshäufigkeit.* Die TeilnehmerInnen wurden gefragt an wie vielen Tagen pro Woche sie die Kronen Zeitung lesen. 45.8% des Samples sind LeserInnen. Diese LeserInnen sind größtenteils WenigleserInnen: 25.4% des Gesamtsamples lesen die Kronen Zeitung an einem Tag, 9.2% an zwei Tagen pro Woche. Nur 11.3% des Gesamtsamples lesen die Kronen Zeitung an mehr als 2 Tagen pro Woche.

*Vigilanz.* Um Vigilanz zu erfassen, wurde das Angstbewältigungs-Inventar (Krohne & Egloff, 1998, Subskala „Physische Bedrohung“) verwendet. Diese Skala beschreibt vier physisch bedrohliche Szenarios, die sich hinsichtlich der Kontrollierbarkeit und der Vorhersagbarkeit unterscheiden (z.B., „Stellen Sie sich vor, Sie gehen spätabends allein durch die Stadt. Aus einer Seitengasse nähert sich eine Gruppe von Leuten, die Ihnen irgendwie nicht ganz geheuer vorkommen“). Zu jedem Szenario werden 5 mögliche vigilante Reaktionen angegeben (z.B., „In dieser Situation beobachte ich die Leute genau“). Die ProbandInnen gaben auf einer Ja/Nein-Skala an, ob Sie diese konkrete Verhaltensweise anwenden würden. Folglich ergibt sich für die Vigilanz-Variable eine mögliche Range von 0-20. Basierend auf den normalverteilten metrischen Messwerten ( $M = 10.13$ ,  $SD = 3.67$ ) wurde ein Mediansplit durchgeführt, um Vigilante ( $M = 12.96$ ,  $SD = 2.28$ ) und Nicht-Vigilante ( $M = 6.89$ ,  $SD = 1.79$ ) zu erhalten.

## **Prozedur**

Als Folge des Vorher-Nachher Designs nahmen alle ProbandInnen an zwei Tagen teil. Der erste Tag war für alle ProbandInnen derselbe. Die Hälfte der TeilnehmerInnen partizipierte einen Tag später, die andere Hälfte nahm zwei

Tage später teil. Da die experimentelle Prozedur für alle ProbandInnen die gleiche sein sollte (*ceteris paribus*), nahmen auch diejenigen, welche zu den P1- und P2-Bedingungen zugeteilt wurden an einem zweiten Tag teil. An diesem Tag wurden dann die übrigen Variablen erhoben.

Nach der Messung des Prä-Realitätsurteils wurde die momentane Befindlichkeit erhoben (PANAS, Krohne et al., 1996). Dies diente dazu um Effekte der Vorhermessung auf die Treatment-Rezeption zu vermindern. Die gleiche Prozedur wurde vor der Erhebung des Post-Urteils angewendet. Für die experimentelle Manipulation der zeitlichen Verzögerung zwischen P1 und P2 wurde eine Fülleraufgabe verwendet: Die TeilnehmerInnen sollten einen kurzen Film rezipieren, in welchem ein junger Fuchs zu sehen war. Der Fuchs wanderte über ein Feld. Der Inhalt des Films stand in keiner Verbindung mit den Hypothesen der Untersuchung. Die TeilnehmerInnen wurden instruiert den Fuchs zu „beobachten“, um anschließend einige Fragen beantworten zu können. Die Dauer dieses „Beobachtungs-Videos“ war 701 Sekunden. Daher sollte der Film genügend zeitliche Verzögerung erzeugen, um auf ein adequates P2-Niveau zu kommen. P3 und P4 wurden einfach mit der Teilnahme einen bzw. zwei Tage später realisiert (Teilnahme sollte an beiden Tagen zur etwa gleichen Uhrzeit erfolgen).

Folgende zeitliche Verzögerungen wurden durch die experimentelle Manipulation realisiert: P1 ( $M = 3.09$  Minuten,  $SD = 1.33$  Minuten), P2 ( $M = 16.36$ ,  $SD = 5.40$ ), P3 ( $M = 1447.55$  [ca. 1 Tag],  $SD = 121.06$ ), and P4 ( $M = 2896.72$  [ca. 2 Tage],  $SD = 160.95$ ). Die Manipulation war somit erfolgreich.

### Statistische Analyse

Um die Treatmentgruppe mit der Kontrollgruppe vergleichen zu können, ist ein adequates statistisches Maß für die Effektgröße von Nöten. Es wurde ein Koeffizient errechnet, der dem Determinationskoeffizienten,  $R^2$ , sehr ähnlich ist. Der Determinationskoeffizient gibt Auskunft darüber wieviel Prozent der Varianz einer abhängigen Variable durch die unabhängige Variable erklärt werden kann.

Normalerweise variiert dieses Maß zwischen 0 und 1 (oder zwischen 0 und 100 als Prozent erklärter Varianz). In dieser Studie kann dieser Wert jedoch auch ein negatives Vorzeichen erhalten. Das ist immer dann der Fall, wenn die Kontrollgruppe einen stärkeren (Hypothesen-nonkonformen) „Effekt“ zeigt (relativ zur Versuchsgruppe). Sogesehen variiert dieses  $R^2$  zwischen -100 und +100: Wenn der Unterschied zwischen Versuchs- und Kontrollgruppe hypothesenkonform erscheint, dann ist der Wert positiv. Die Messwerte wurden aus bivariaten Pearson  $r$ 's errechnet. Dieses  $R^2$  hat im Vergleich zu anderen Koeffizienten (z.B. einfachen Pearson  $r$ 's oder Cohen  $d$ 's) einen Vorteil:  $R^2$  ist verhältnisskaliert. Dies ist bedeutsam für die Interpretation der Decay-Funktion, die bei anderen Koeffizienten vertikal verzerrt erscheinen würde.

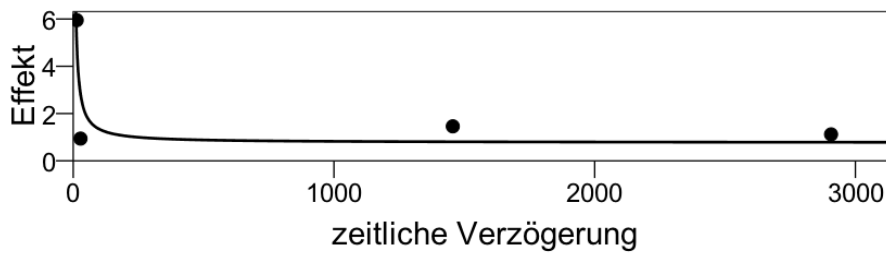
Da der residuale Effekt eines einzelnen Exposures vermutlich sehr klein ausfallen wird, ist es in den meisten Fällen nahezu unmöglich ein konventionelles Signifikanzniveau für P3 und P4 Messwerte im Rahmen eines experimentellen Designs zu erreichen (Es wird angenommen, dass diese kleiner als  $R^2 = 1$  ausfallen werden [= „typische“ Kultivierungseffektgröße, vgl. Shanahan & Morgan, 1999]; daher müsste die Stichprobe äußerst groß sein, was sich aus forschungsökonomischen Gründen in einem Experiment [fast] nicht realisieren lässt). Die Residuum-Annahme wird dann verifiziert, wenn alle residualen Effektgrößen größer als Null sind.<sup>16</sup> Alle Effektgrößen wurden einseitig auf Signifikanz getestet.

## Resultate

Um die *immediately after effect hypothesis* zu testen, wurde die Kontroll- und die Versuchsgruppe hinsichtlich der Prä-Post Differenz des Realitätsurteils (hinsichtlich des P1-Messwertes) verglichen. Dieser Messwert war in der Versuchsgruppe ( $M = 0.49, SD = 1.45$ ) größer als in der Kontrollgruppe ( $M =$

---

<sup>16</sup> Betrachtet man die vier Werte von P1, P2, P3 und P4 als vier Einzelwerte, dann ist die Wahrscheinlichkeit, dass alle vier über 0 liegen .06 (=  $.5^4$ ). Obwohl dies nur ein geschätztes Kriterium ist (vgl. Bortz & Döring, 2006, 585), wird ein Effektresiduum dann angenommen, wenn alle vier Messwerte über 0 liegen. Zusätzlich wurde eine Funktion berechnet (vgl. weiter unten).



**Abbildung 5. Negativ beschleunigter Abfall des kurzfristigen Effektes auf die Realitätseinschätzung.** Der kurzfristige Treatment-Effekt (als Post-Prä Differenz, in  $R^2$ ) wurde hier als Funktion der zeitlichen Verzögerung der Post-Messung für das gesamte Sample abgetragen. Der Effekt strebt zur Asymptote von  $R^2 = 0.95$ , d.h. um die 1% Varianzaufklärung. Die vier schwarzen Punkte repräsentieren P1 (3 Minuten), P2 (16 Minuten), P3 (1 Tag) und P4 (2 Tage).

0.08,  $SD = 0.68$ ),  $R^2 = 6.25$ ,  $p = .003$ ,  $n = 126$ . Daher konnte diese Hypothese bestätigt werden.

Um die *negatively accelerated decline hypothesis* zu testen wurde für jedes P ein Effektgrößenwert errechnet (Vergleich Kontroll- und Versuchsgruppe). Abbildung 5 zeigt die Effektgrößen ( $R^2$ ). Eine Inverse Funktion, welche in Abbildung 5 eingezeichnet wurde, erklärt 93.9 % der Varianz der Effektgrößenwerte von P1 ( $R^2 = 6.25$ ,  $p = .003$ ,  $n = 126$ ), P2 ( $R^2 = 1.00$ ,  $p = .15$ ,  $n = 117$ ), P3 ( $R^2 = 1.44$ ,  $p = .08$ ,  $n = 128$ ), und P4 ( $R^2 = 1.21$ ,  $p = .16$ ,  $n = 94$ ),  $F(1, 2) = 30.71$ ,  $p = .03$ . Mit der Hilfe von SPSS' Kurvenanpassungs-Funktion wurden noch andere Funktionen getestet, jedoch erklärte keine dieser Funktionen mehr Varianz. Die Inverse Funktion hat folgende Form ( $m$  verweist auf die zeitliche Verzögerung in Minuten):

$$R^2 = 0.95 + \frac{15.86}{m} . \quad (19)$$

Natürlich ist es von Bedeutung den Definitionsbereich der Funktion anzugeben: Eine zeitliche Verzögerung von unter einer Minute produziert unwahrscheinlich hohe Schätzungen. Daher sollte die Schätzung erst ab dem P1-Niveau starten.

Die Decay-Funktion erlaubt die geschätzte residuale Effektgröße abzuleiten ( $P_T$ ): Der geschätzte Treatmenteffekt strebt in die Richtung einer Asymptote von  $R^2 = 0.95$ , d.h. in etwa 1% Varianzaufklärung. Konsistent mit der Kultivierungsforschung ist dieser Effekt relativ klein (vgl. Kapitel 2.1.1.4). Die Funktion zeigt ebenfalls, dass der Abfall negativ beschleunigt erfolgte. Daher konnte die *negatively accelerated decline hypothesis* verifiziert werden. Um zu akzeptieren, dass das Lesen der Texte ein bedeutsames Effektresiduum produzierte, wurde als Kriterium festgelegt, dass alle vier Messwert positiv sein sollten. Wie Abbildung 5 zeigt ist dies der Fall. Folglich kann angenommen werden, dass ein Effektresiduum innerhalb einer zeitlichen Verzögerung von zwei Tagen nachweisbar ist.<sup>17</sup>

Zur Überprüfung der *equal effect immediately after exposure hypothesis* wurde der P1-Wert getrennt für LeserInnen und NichtleserInnen errechnet.<sup>18</sup> LeserInnen ( $R^2 = 6.25$ ,  $p = .02$ ,  $n = 66$ ) und NichtleserInnen ( $R^2 = 6.25$ ,  $p = .03$ ,  $n = 60$ ) unterscheiden sich nicht signifikant hinsichtlich der Effektgröße unmittelbar nach

---

<sup>17</sup> Es soll darauf hingewiesen werden, dass es nicht das primäre Ziel ist eine spezifische Funktion anzupassen und diese gegen die Anpassungsgüte von anderen möglichen Funktionen zu testen (CEEM sagt ordinale Relationen voraus). Die Daten zeigen einen negativ beschleunigten Abfall und bestätigen somit die CEEM-Hypothese. Die Inverse Funktion wurde gewählt, weil diese einen hohen Erklärungswert hat (Varianzaufklärung) und zusätzlich intuitiv leicht verständlich ist. Ergänzende Analysen (vgl. weiter unten die Auswertung zur Vigilanz-Moderation) mit der Software Graphpad PRISM (Graphpad Software, Inc.), welche die Kurvenanpassung von komplexeren Modellen ermöglicht, zeigen folgendes, komplexes Modell für den Haupteffekt des Treatments (Im Strukturgleichungsmodell wurde das Realitätsurteil durch den Treatmentfaktor [KG, VG], Vigilanz [metrisch] und deren Interaktionsterm simultan für alle vier Messzeitpunkte gerechnet [Multigruppen SEM-Analyse], Effektgrößen werden als standardisierte Pfadkoeffizienten ausgedrückt und dienen als Rohwerte für die nonlineare Regression):

$$\text{Effekt} = (0.24 - 0.09) \times e^{-5.08 \times \text{zeitliche Verzögerung}} + 0.09 . \quad (20)$$

Diese Exponentialfunktion erklärt den Haupteffekt perfekt ( $R^2 = 1$ ,  $df = 1$ ). Die zeitliche Verzögerung (in Minuten) wurde bei dieser Kurvenanpassung mit Hilfe der nonlinearen Regressionsrechnung transformiert:  $x = \text{Log}(x)$ . Der Parameter 5.08 gibt Auskunft über die Schnelligkeit des Abfalls (Decay-Konstante). 0.24 beschreibt die „Decke“ des Effektes (= stärkste Effektgröße, d.h. bei P1). Der Parameter 0.09 beschreibt als „Boden“ des Effektes dessen residuales Niveau (Achtung: hier ausgedrückt als standardisierter Pfadkoeffizient – auch hier ergibt sich eine Varianzaufklärung von knapp unter 1% als residuale Asymptote des einmaligen Exposures [wie bei der Inversen Funktion]). Da die Inverse Funktion einfacher zu verstehen ist und den nahezu gleichen Erklärungswert hat, wurde dieser der Vorzug gegeben.

<sup>18</sup> Da sich im Sample fast nur NichtleserInnen und WenigleserInnen befinden (vgl. Methodenteil), wurde eine Kategorisierung in LeserInnen und NichtleserInnen vorgenommen. Es sind zuwenige Personen im Sample, die mehr als einen Tag pro Woche die Kronen Zeitung lesen. Dies beeinträchtigt die Sinnhaftigkeit einer Auswertung der CEEM-Hypothesen mittels Regressionsmodellen (z.B., Treatment [KG, VG], Krone-Nutzung [0-7 Tage], Interaktionsterm). Um Vergleichbarkeit mit den vorangegangenen Analysen zur *negatively accelerated decline hypothesis* zu gewährleisten wurde die selbe Analysestrategie getrennt für LeserInnen und NichtleserInnen angewendet.

dem Treatment,  $z < 0.01$ . Folglich konnte auch diese Hypothese durch die Daten bestätigt werden.

Um die *slower decline short after exposure in heavy users hypothesis* zu untersuchen wurde dieselbe Prozedur für P2 angewendet. Auch diese Hypothese konnte bestätigt werden: LeserInnen ( $R^2 = 5.76$ ,  $p = .04$ ,  $n = 57$ ) zeigten einen stärkeren Effekt kurz nach dem Treatment als NichtleserInnen ( $R^2 = - 0.81$ ,  $p = .24$ ,  $n = 60$ ),  $z = 1.76$ ,  $p = .04$ . NichtleserInnen zeigten einen rasanten Abfall im Vergleich zu P1.

Für den Test der *stronger decline long after exposure in heavy users hypothesis* wurden die Effektgrößen für P3 und P4 errechnet. Es wurde kein signifikanter Unterschied zwischen LeserInnen ( $R^2 = - 0.04$ ,  $p = .46$ ,  $n = 53$ ) und Nicht-LeserInnen ( $R^2 = 5.29$ ,  $p = .02$ ,  $n = 75$ ) zu P3 gefunden,  $z = 1.38$ ,  $p = .08$ . Es zeigte sich auch kein signifikanter Unterschied zwischen LeserInnen ( $R^2 = 0.36$ ,  $p = .34$ ,  $n = 43$ ) und NichtleserInnen ( $R^2 = 2.25$ ,  $p = .15$ ,  $n = 51$ ) zu P4,  $z = .43$ ,  $p = .33$ . Jedoch zeigten NichtleserInnen deskriptiv ein (hypothesenkonform) stärkeres Residuum. Überraschenderweise präsentierte sich der Treatment-Effekt der NichtleserInnen zu P3 als stark (und signifikant!). Obwohl der Unterschied zwischen LeserInnen und NichtleserInnen nicht ein konventionelles Signifikanz-Kriterium erreichte, kann zumindest bei P3 von einem statistischen Trend gesprochen werden. Auf diesen Befund wird später eingegangen werden (vgl. Diskussionsteil von Studie 1).

Das verwendete experimentelle Design erlaubt es  $P1_c$  zu errechnen, welcher für die *additive nature hypothesis* relevant ist. Dies kann durch die Berechnung des residualen Effekts von  $E_{c-1}$  und dem Effekt von  $E_c$  erreicht werden.  $\overline{Y_{0Pr_{c-1}}}$  kann durch die Berechnung des Zusammenhangs zwischen der Nutzungshäufigkeit der Tageszeitung und dem Prä-Realitätsurteil (= durch das experimentelle Treatment unbeeinflusst) geschätzt werden. Dies ist der klassische Kultivierungseffekt, welcher in den meisten Kultivierungsstudien untersucht wird. Es wurde ein Pearson  $r$  ähnlich dem bei Arendt (2010) gefunden,  $r(463) = .14$ ,  $p = .001$ . Wenn die politische Orientierung, die Herkunft (Österreich, Ausland), das Alter und das Geschlecht mit Hilfe der Technik der partiellen Korrelation kontrolliert werden,



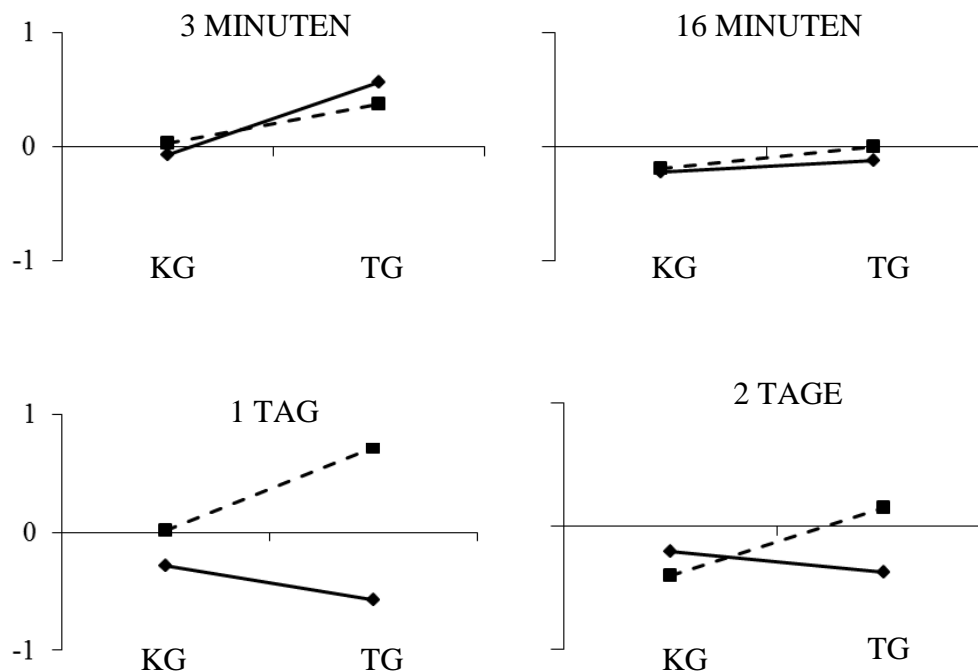
verändert sich die Effektgröße nicht wesentlich,  $r_p(459) = .10$ ,  $p = .02$ . Daher kann  $\overline{Y_0Pr_{c-1}}$  mit einer Effektgröße von  $R^2 = 1.96$  geschätzt werden.  $\overline{Pr_{c-1}P1_c}$  kann mit dem beobachteten P1-Treatment-Effekt von LeserInnen geschätzt werden. Dieser Wert wurde bereits berichtet,  $R^2 = 6.25$ . Folglich kann der totale Effekt der Krone (= langfristiger Kultivierungseffekt + kurzfristiger Treatmenteffekt) zu  $P1_c$  mit  $R^2 = 8.21$  ( $= 1.96 + 6.25$ ) geschätzt werden, d.h. in etwa 8% Varianzaufklärung.

Um den potentiell moderierenden Einfluss des Coping-Stils untersuchen zu können, konnte aufgrund der besseren psychometrischen Eigenschaften der Vigilanz-Variable eine komplexere Auswertung vorgenommen werden. Daher wurde keine Dichotomisierung der Variable (Mediansplit) vorgenommen, um keine Information zu verlieren. Um den Decay in Abhängigkeit der Vigilanz zu testen wurde eine Multigruppenanalyse mit der Strukturgleichungsmodellierungs-Software AMOS durchgeführt. In einem ersten Schritt wurden die Variablen Treatment (0 = KG, 1 = VG), Vigilanz und Realitätsurteil standardisiert. Anschließend wurde der Produktterm der z-Werte von Vigilanz und Treatment erstellt. Danach wurden alle Fälle mit fehlenden Werten exkludiert. Dies resultierte in einer nur marginal reduzierten Stichprobengröße von  $n = 446$ . In Amos wurde in weiterer Folge die Multigruppenanalyse durchgeführt in der das Realitätsurteil (standardisierte Post-Pre Differenz der Anteilseinschätzung) durch die Variablen Treatment, Vigilanz und deren Interaktionsterm vorausgesagt wird: Die Pfadkoeffizienten wurden für jede Bedingung der zeitlichen Verzögerung (P1, P2, P3, P4) simultan geschätzt.<sup>19</sup>

Ein Moderatoreffekt der Vigilanz wird innerhalb dieser Auswertungsstrategie als signifikanter Interaktionsterm angezeigt. Es konnte keine signifikante Interaktion unmittelbar nach dem Treatment zu P1 gefunden werden,  $\gamma = -.07$ ,  $p = .19$ , 90% Bootstrap CI [-.21, .07], und keine signifikante Interaktion zu P2,  $\gamma = .03$ ,  $p = .32$ , 90% Bootstrap CI [-.15, .19]. Jedoch zeigt sich eine signifikante Interaktion zu P3, also einen Tag nach dem Treatment,  $\gamma = .22$ ,  $p = .007$ , 90% Bootstrap CI [.07, .36]. Dieser Interaktionseffekt zeigt sich tendenziell mit einem statistischen Trend

---

<sup>19</sup> Das Modell hat 0 Freiheitsgrade. Daher kann der allgemeine Modellfit nicht getestet werden. Jedoch unterscheiden sich die vier Bedingungen der zeitlichen Verzögerung signifikant,  $\chi^2 = 20.66$ ,  $df = 9$ ,  $p = .014$  ( $\chi^2$ -Differenztest).



**Abbildung 6. Vigilanz moderiert den Treatmenteffekt bei verzögerter Messung.** Realitätsurteil (standardisierte Post-Pre Differenz der Anteilseinschätzung) als Funktion der Gruppe (Kontrollgruppe, Treatmentgruppe), der Vigilanz (hoch [+1SD] = strichlierte Linie, niedrig [-1SD] = fette Linie) und der zeitlichen Verzögerung (P1, P2, P3, P4).

auch zwei Tage nach dem Treatment zu P4,  $\gamma = .17$ ,  $p = .07$ , 90% Bootstrap CI [- .02, .35]. Diese Interaktionsterm-Koeffizienten unterscheiden sich signifikant voneinander,  $\chi^2 = 7.48$ ,  $p < .01$  ( $\chi^2$ -Differenztest). Abbildung 6 illustriert die Moderatorrolle von Vigilanz.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Der Vollständigkeit und der Vergleichbarkeit halber seien auch die  $R^2$  Werte angeführt:

**P1:** Vigilante ( $R^2 = 5.76$ ,  $p = .03$ ,  $n = 62$ ), Nicht-Vigilante ( $R^2 = 6.76$ ,  $p = .02$ ,  $n = 64$ ),  $z = 0.12$ ,  $p = .45$ .

**P2:** Vigilante ( $R^2 = 3.24$ ,  $p = .08$ ,  $n = 62$ ), Nicht-Vigilante ( $R^2 = 0.16$ ,  $p = .39$ ,  $n = 55$ ),  $z = 0.75$ ,  $p = .23$ ),

**P3:** Vigilante ( $R^2 = 4.00$ ,  $p = .04$ ,  $n = 79$ ), Nicht-Vigilante ( $R^2 = -0.49$ ,  $p = .32$ ,  $n = 49$ ),  $z = 1.46$ ,  $p = .07$ ),

**P4:** Vigilante ( $R^2 = 1.44$ ,  $p = .19$ ,  $n = 54$ ), Nicht-Vigilante ( $R^2 = 0.04$ ,  $p = .46$ ,  $n = 40$ ),  $z = 0.47$ ,  $p = .32$ ).

Neben P1 zeigt sich nur zu P3 (einen Tag nach erfolgtem Treatment) auch in dieser Analysestrategie ein Unterschied ( $p = .07$ ), wobei nur vigilante Personen einen P3-Effekt zeigen. Die SEM-Analyse nutzt mehr Informationen, die in den Daten stecken und bei einem Mediansplit jedoch verloren gehen. Daher sollen diese  $R^2$ -Werte nur zur Illustration dienen.

## Diskussion

Eine Reihe an CEEM-Hypothesen konnte in dieser Studie untersucht werden. Für den Großteil der untersuchten Hypothesen ließ sich unterstützende empirische Evidenz dokumentieren. Die wichtigsten Befunde sind die folgenden:

Das Lesen von verzerrten Zeitungstexten produzierte einen kurzfristigen Effekt auf die Realitätseinschätzung unmittelbar nach dem Lesen (H1). Das Treatment erklärte rund 6 % der Varianz der Anteilseinschätzung. Dieser Effekt ist bezüglich seiner Größe vergleichbar mit den Effektgrößen in der Medien-Priming Literatur (Roskos-Ewoldsen et al., 2007). Dieser Effekt war der gleiche bei LeserInnen und NichtleserInnen (H5). Daher haben chronische und temporäre Quellen der Zugänglichkeit einen additiven Einfluss in Bezug auf den unmittelbar nach dem Treatment gemessenen Effekt. Der Abfall des Effektes war negativ beschleunigt (H7). Weiters produzierte das Treatment ein Effektresiduum im Rahmen einer zeitlichen Verzögerung von zwei Tagen: Das Level wurde mit ca. 1% erklärter Varianz geschätzt. Dies liegt unterhalb der gefundenen Effektgröße des langfristigen Kultivierungseffekts, der ungefähr bei 2% Varianzaufklärung liegt. Folglich liegt die Interpretation nahe, dass die residuale Asymptote von 1% mit jedem zusätzlichen Exposure vermutlich auf das langfristige „chronische“ 2% Niveau „gepusht“ wird. Vigilanz moderierte den Abfall, allerdings erst – wie es vorausgesagt wurde – in einer verzögerten Messung (H11). LeserInnen der Krone (relativ zu NichtleserInnen) zeigten einen langsameren Abfall kurz nach dem Treatment. Anschließend fiel die Effektgröße jedoch relativ rasch gegen Null (H8). Nicht-LeserInnen zeigten einen stärkeren Abfall kurz nach dem Treatment, blieben jedoch in Folge auf einem höheren residualen Niveau (H9).

Ein spannender Befund ist der verzögerte Moderationseffekt von Vigilanz. Obwohl dieser *verzögerte* Effekt vorausgesagt wurde, ist der zugrunde liegende Mechanismus nicht vollkommen klar. Hock und Krohne (2004) argumentierten, dass vigilante Personen die bedrohliche Information zu einem Threat-Schema assimilieren und dass dieser Prozess einige Zeit benötigt. Diese Argumentation sagt zwar den Moderationseffekt korrekt voraus, *erklärt* diesen jedoch nicht

zufriedenstellend. Es wird ein Mechanismus benötigt, der im Stande ist den verzögerten Beginn der Moderation zu erklären. Daher ist eine einfache „Lernen“-Erklärung (= bessere Enkodierung und Speicherung) ohne zusätzliche Annahme zum verzögerten Start der Moderation zu wenig: Wenn vigilante Individuen einfach nur besser enkodieren und speichern, warum zeigt sich nicht schon ein Moderatoreffekt zu P2? Obwohl die folgende Erklärung spekulativ ist, wird der beschriebene Mechanismus als post-hoc Erklärung angeboten:

Es wird vermutet, dass ein Mechanismus dieses empirische Muster erklären könnte: *Konsolidierung*. Erinnerungen von (medialen oder realen) Erfahrungen werden nicht sofort gebildet. Erinnerungen werden vielmehr von einem ursprünglich labilen Zustand in einen stabile(re)n Zustand überführt. Dieser Prozess wird Konsolidierung genannt. Folgt man dem *Standard Consolidation Model* (Frankland & Bontempi, 2005), erfolgt die Encodierung von neuer Umwelterfahrung zuerst in verschiedenen primären und assoziativen Cortexarealen. Der Hippocampus integriert diese Information von verteilten Modulen, welche verschiedene Details der Erfahrung beinhalten, zu einer kohärenten Gedächtnisspur. Folgende Reaktivierung(en) dieser hippocampal-corticalen Netzwerke führt zu einer Stärkung der cortico-corticalen Assoziationen (= Stärkung der bereits existierenden cortico-corticalen Verbindungen oder die Herstellung von Neuen). Die schrittweise Stärkung dieser Netzwerke erlaubt Gedächtnisinhalten zunehmende Unabhängigkeit vom Hippocampus und bedeutet zugleich eine zunehmende Integration in bereits existierende Gedächtnisstrukturen (vgl. hierzu auch Lang, 2000, bzw. Kapitel 2.3.1).

Eine wichtige Annahme ist, dass die Stärkung der hippocampal-corticalen Assoziationen schnell, aber vergänglich (d.h. labil) erfolgt. Im Gegensatz dazu wird angenommen, dass cortico-corticalen Assoziationen langsamer gebildet werden, jedoch länger und stabiler anhalten. Es gibt jedoch bereits empirische Evidenz, dass auch der Cortex ein schnelles Lern- und Konsolidierungssystem sein kann (Tse et al., 2007). Weiters spielt vermutlich Schlaf eine wichtige Rolle bei der Konsolidierung (Rattenborg, Martinez-Gonzalez, Roth & Pravosudov, 2011).

Es gibt keinen letztgültigen Konsensus über den Prozess der Konsolidierung (vgl. etwa Nadel & Moscovitch, 1997), jedoch gibt es genug neurowissenschaftliche Übereinstimmung für die Deutung des Befundes innerhalb von Studie 1: Vigilante Individuen enkodieren die Nationalitäten der Täter vergleichsweise gut (Enkodierungs-Bias der Vigilanz). Weniger vigilante Personen enkodieren diese Informationen ebenfalls, jedoch in einem weitaus geringeren Ausmaß: Durch die wiederholte Präsentation der „Ausländer-kriminell“-Paarung ist es aber auch für weniger vigilante Personen praktisch unmöglich dieser Paarung zu „entkommen“. Die Verarbeitung erfolgt jedoch weniger tief. Beide Gruppen (vigilante und weniger vigilante Personen) zeigen daher einen P1-Effekt, der auf der Basis von ursprünglich labilen Gedächtnisspuren entsteht. Nach 16 Minuten zeigen beide Gruppen keinen Effekt auf Grund der Labilität der Gedächtnisspuren: Die Gedächtnisspuren sind nicht mehr stark zugänglich. Einen Tag später (mit mehreren Stunden Schlaf wurden die ursprünglich labilen Gedächtnisspuren durch Konsolidierung stabilisiert. Da vigilante Individuen besser enkodiert haben, kann der Konsolidierungsprozess innerhalb dieser Gruppe einfach besser „arbeiten“: Die ursprünglich labilen Inhalte wurden in einen stabileren Zustand überführt (und sind wieder zugänglicher). Dies erfolgt nicht in der Gruppe der weniger vigilanten Personen: Die ursprünglich vergleichsweise schlechte Enkodierung „hemmt“ den Konsolidierungsprozess – wenn keine verzerrte Information mehr vorhanden ist, dann kann Konsolidierung diese auch nicht stabilisieren.

Konsolidierung kann den Vigilanz-Befund erklären. Es soll jedoch noch einmal darauf hingewiesen werden, dass dieser erklärende Mechanismus spekulativ ist. Der Mechanismus kann jedoch in zukünftigen Forschungsbemühungen getestet werden. Werden etwa Treatmenttexte mit einer geringeren Stimulusintensität verwendet (z.B. weniger „Ausländer-kriminell“-Paarungen), was zum Ziel hat, dass weniger vigilante Personen der Paarung „entkommen“ können, dann sollte Vigilanz schon unmittelbar nach dem Treatment eine Moderatorrolle zeigen.

Ein weiterer interessanter Befund ist, dass (1) NichtleserInnen einen Effekt rund 3 Minuten nach dem Treatment zeigten, dass (2) dieser Effekt rund 16 Minuten

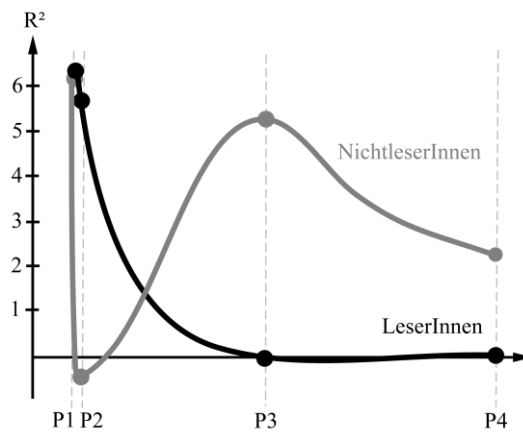


Abbildung 7. Treatment-Effekt (in  $R^2$ ) als Funktion der zeitlichen Verzögerung getrennt für LeserInnen (schwarz) und NichtleserInnen (grau). Es wurde keine Kurvenanpassung gerechnet. Die Punkte in der Grafik sind nur zur besseren Visualisierung durch Kurven verbunden.

nach dem Exposure auf ungefähr Null abfiel (zurück zur Baseline), jedoch (3) anschließend einen Tag später wieder auf ein starkes Niveau anstieg (vgl. Abbildung 7).

Auf den ersten Blick erscheint dieser Befund tendenziell als Sleeper-Effekt (vgl. Kumkale & Albarracin, 2004). Diese Interpretation erscheint jedoch auf Grund des signifikanten P1-Effektes der NichtleserInnen nicht plausibel: Wenn der P3-Effekt etwa eine Konsequenz des Vergessens der Quelleninformation der medialen Information wäre („Krone = unglaubwürdig“), dann sollte sich auch kein signifikanter Effekt unmittelbar nach dem Treatment zu P1 zeigen. Auch zu diesem Zeitpunkt müsste dann die verzerrte Medieninformation zurückgewiesen werden.

Der starke Abfall von *NichtleserInnen* bei P2 kann ebenfalls durch das Phänomen der instabilen und vergänglichen Gedächtnisspuren erklärt werden. Weil die Informationen aus den Zeitungstexten nur sehr labil abgespeichert wurden, gibt es bei P2 einen rapiden Abfall: NichtleserInnen haben kein/weniger Vorwissen in Bezug auf die für Krone-Texte typischen stereotypen Elemente. Krone-Kriminalitätstexte sind häufig nach dem gleichen Muster gestrickt (z.B. das „kriminelle Ausländer“- Stereotyp). Die Treatmenttexte aktivieren bei LeserInnen dieses Vorwissen, bei NichtleserInnen jedoch nicht (weil weniger vorhanden ist).

Anschließend hatten NichtleserInnen jedoch genügend Zeit (1 Tag) zur Konsolidierung (inklusive mehrerer Stunden Schlaf). Der Konsolidierungsprozess könnte somit die cortico-corticalen Assoziationen der ursprünglich labilen Traces gestärkt haben. Da P4 wiederum unterhalb des Niveaus von P3 liegt, kann vorsichtig vermutet werden, dass der negativ beschleunigte Abfall bei NichtleserInnen erst einen Tag nach dem Treatment erfolgte (kann durch diese Studie nicht bewiesen werden).

Der stärkere Effekt der *LeserInnen* bei P2 ist damit zu erklären, dass diese Individuen bereits vor dem Treatment ähnliche, bereits stabile Gedächtnisstrukturen besitzen. Diese werden durch die Zeitungstexte reaktiviert, d.h. geprimt (signifikanter P1- und P2-Effekt). Der schnelle Abfall bei P3 der LeserInnen ist erklärbar: Da LeserInnen bereits stabile („chronisch-zugängliche“) Gedächtnisstrukturen aus vergangenen Exposures besitzen, kann eine weitere Konsolidierung der in dieser Studie präsentierten Treatmentinformation keine höhere Stabilität evozieren. Um dies in anderen Worten zu formulieren: Konsolidierung kann die bereits stabilen Erinnerungen nicht noch mehr stabilisieren: In den Krone-Kriminalitätstexten steht einfach meistens „das Gleiche“, was bei LeserInnen bereits in stabiler Weise als Gedächtniseintrag vorliegt (vgl. zur Textgestaltung der Kronen Zeitung, Bruck und Stocker, 2002). Bei P3 und P4 ist der klassische Zugänglichkeitseffekt verschwunden, was den rasanten Abfall erklärt. Hier „pusht“ Konsolidierung die Effektgröße *nicht* nach oben.

Es muss darauf hingewiesen werden, dass auch diese Erklärung eine Post-hoc Erklärung ist (es wäre eine zusätzliche CEEM-Annahme, die *consolidation-hypothesis* [H12]). Da sich der Effekt zwischen LeserInnen und NichtleserInnen jedoch nicht signifikant unterscheidet und ein Produkt des Zufalls sein könnte - NichtleserInnen und LeserInnen unterscheiden sich bei P2 signifikant, bei P3 jedoch nur mit einem statistischen Trend -, wird auf eine Implementierung dieser Hypothese in CEEM *vorerst* verzichtet. Erst wenn dieser Befund repliziert werden kann, soll diese Annahme als zusätzliche CEEM-Hypothese aufgenommen werden.

## Limitationen

Es muss auf mehrere Limitationen hingewiesen werden. Erstens, das Sample von Studie 1 war eine Gelegenheitsstichprobe (Studierende). Da jedoch der Kultivierungseffekt bereits mehrere Male mit repräsentativen Samples nachgewiesen wurde (Shanahan & Morgan, 1999), wurde ein StudentInnensample aus forschungsökonomischen Gründen gewählt. Es ist aber prinzipiell möglich, dass sich gewisse Prozesse im Rahmen eines anderen Samples anders zeigen. Da es sich jedoch um die Überprüfung eines allgemeinen kognitiven Prozesses der Informationsverarbeitung handelt, werden die Ergebnisse mit einem StudentInnensample an dieser Stelle als valide betrachtet.

Zweitens, es wurde bereits darauf hingewiesen, dass es sehr schwierig ist für gewisse CEEM Hypothesen im Rahmen eines experimentellen Designs ein konventionelles Signifikanzniveau zu erreichen (z.B. ein signifikantes Residuum). Das klassische Null-Hypothesen-Testen wird jedoch nur als *ein* Tool in der statistischen Toolbox gesehen (neben anderen) – und nicht als Ritual verstanden (vgl. Gigerenzer, Krauss & Vitouch, 2004). Alle vier Effektgrößen waren positiv realisiert. Zusätzlich lagen die P2, P3, und P4 Effektgrößen nahezu auf einer Linie. Eine angepasste Kurvenfunktion schätzte dieses Niveau mit rund 1% Varianzaufklärung. Das erscheint als gewichtige empirische Evidenz für CEEM. Wenn zukünftige Studien die in Studie 1 gefundenen Ergebnisse replizieren, dann sollen die CEEM-Annahmen als bestätigt gelten, auch wenn einzelne Effekte in den Einzelstudien nicht signifikant werden. Es soll das Gewicht an empirischer Evidenz zählen.

Drittens, es wurde ein spezifischer Kultivierungseffekt untersucht. Zukünftige Studien sollten auch andere Themen verwenden, um die Ergebnisse auch generalisieren zu können. Obwohl es wahrscheinlich ist, dass in unterschiedlichen Studien unterschiedliche Effektgrößen beobachtet werden, sollte jedoch das *generelle Muster* das Gleiche sein: In Studie 1 wurde etwa ein 6-2-1 Muster gefunden (d.h.  $R^2 = 6\%$  kurzfristiger Effekt, 2% Kultivierungseffekt, 1% Einzel-Exposure Residuum). Wird in einer Folgestudie etwa ein 7-3-2 Muster gefunden,



so ist dies konsistent mit den Ergebnissen von Studie 1. Wird hingegen ein 4-7-0 Muster gefunden, ist es nicht konsistent.

Viertens, durch die enorme Reichweite der Kronen Zeitung waren auch knapp die Hälfte des Samples LeserInnen. Diese LeserInnen waren jedoch nur WenigleserInnen: 25.4% des gesamten Samples lasen die Krone an einem Tag. Nur 6.1% lasen diese an mehr als drei Tagen. Würde Studie 1 mit VielleserInnen wiederholt werden, könnten manche Effekte womöglich stärker ausgeprägt sein.

Fünftens, CEEM wurde in Studie 1 im Rahmen des Tageszeitungs-Zusammenhangs getestet. CEEM ist jedoch nicht auf TZ-Kultivierung beschränkt. Die Befunde sollten im TV-Kontext repliziert werden.

## **Fazit**

Trotz einiger Limitationen hat CEEM den ersten empirischen Test bestanden. Weitere allgemeine Kritik zum empirischen Vorgehen wird in Kapitel 4.2 geäußert nachdem alle vier empirischen Studien präsentiert wurden. In Studie 2 werden nun weitere CEEM-Annahmen untersucht.



### 3.1.1. Studie 2: Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation

#### Abstract

*In Studie 2 (N = 85) wurde im Laborexperiment getestet, ob das Lesen von einer Tageszeitung, welche konsistent Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert, die automatische Assoziation zwischen den Konzepten „Ausland“ und „kriminell“ im Gedächtnis der LeserInnen stärkt (= implizite Kultivierung). Zusätzlich wurde getestet, ob das Lesen einiger weniger Texte aus der gleichen Zeitung auch einen kurzfristigen Effekt auf die gleiche abhängige Variable hat und ob (1) die Emotionalisierung der Texte, (2) emotionale Reaktionen der LeserInnen (operationalisiert als Arousal), und (3) die zugeschriebene Text-Glaubwürdigkeit den kurzfristigen Treatment-Effekt moderieren. 85 StudentInnen wurden einer von drei experimentellen Bedingungen zugeteilt. Die TeilnehmerInnen in der Kontrollgruppe erhielten kurze, faktuale Kriminalitätstexte, in welchen die Nationalität der TäterInnen nicht genannt wurde. ProbandInnen in der faktualen Treatmentgruppe erhielten die gleichen Texte, nur wurde bei ihnen die Nationalität genannt. TeilnehmerInnen in der emotionalisierten Treatmentgruppe erhielten emotionalisierte Texte mit den gleichen Tätern und den gleichen kriminellen Handlungen. Rezeptionsbegleitend wurde die physiologische Erregung über die Messung der Herzratenvariabilität erhoben. Unterstützende empirische Evidenz wurde sowohl für einen langfristigen Kultivierungseffekt als auch für einen kurzfristigen Treatmenteffekt auf die Stärke der automatischen Assoziation, welche mit dem Impliziten Assoziationstest (IAT) gemessen wurde, gefunden. Nur emotionalisierte Texte konnten einen signifikanten kurzfristigen Treatmenteffekt auf die Stärke der automatischen Assoziation produzieren. Es scheint daher so zu sein, dass Zeitungstexte eine gewisse Stimulusintensität haben müssen, um einen kurzfristigen Treatmenteffekt auf die Stärke der automatischen*

*Assoziation produzieren zu können. Es konnten keine Moderatoreffekte von Arousal und Text-Glaubwürdigkeit hinsichtlich des Effekts auf die Stärke der automatischen Assoziation dokumentiert werden. Die Text-Glaubwürdigkeit moderierte jedoch den kurzfristigen Effekt auf das Kultivierungsurteil erster Ordnung (= eingeschätzter prozentueller Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen). Dies weist darauf hin, dass die Wirkung auf die Stärke der automatischen Assoziation relativ unabhängig von propositionalem Denken (z.B. Gegenargumentieren) ist: Auch wenn die verzerrten, stereotypen Texte als unglaubwürdig eingeschätzt wurden, zeigte sich ein Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ und „kriminell“ im Gedächtnis der LeserInnen. Im Gegensatz dazu zeigte sich bei Personen mit einer geringen attribuierten Text-Glaubwürdigkeit kein Effekt auf das offen geäußerte Kultivierungsurteil erster Ordnung. Hier konnten die LeserInnen ihr offen geäußertes Urteil kontrolliert abgeben.*

Eine Journal-Artikel Version dieser Studie wurde bereits veröffentlicht:

Arendt, F. (2012). A newspaper's effect on the strength of automatic associations in memory. *Journal of Media Psychology*, 24, 1-8.

## Einleitung

CEEM nimmt an, dass im Rahmen einer Zwei-Konzept Kultivierung die Stärke der Assoziation im Gedächtnis erhöht wird (vgl. Kapitel 2.3.2.1: Proposition 3, bzw. Hypothese 1). Der Kultivierungseffekt, welcher im vorliegenden Forschungsprojekt untersucht wurde, ist ein Zwei-Konzept Kultivierungsproblem. Studie 2 untersucht nun, ob das Lesen von einer verzerrten TZ-Realität Effekte auf die Stärke der Assoziation im Gedächtnis der LeserInnen hat. Die Stärke der automatischen Assoziation wird verstanden als das Potential eines Konzeptes (z.B. „Ausländer“) ein anderes Konzept (z.B. „kriminell“) *automatisch* zu aktivieren (vgl. Greenwald et al., 2002). Um dies noch einmal in anderen Worten zu formulieren: In dieser Studie wird der Medieneffekt auf die **Zugänglichkeit** eines Konzeptes in Bezug auf ein zweites Konzept untersucht (vgl. hier auch Kapitel 2.2.2).

Traditionell wird in der Kultivierungsforschung zwischen Effekten erster Ordnung und Effekten zweiter Ordnung unterschieden (vgl. Kapitel 2.1.1.3.1). Unlängst wurde eine weitere Dimension in die Kultivierungsforschung eingeführt (Arendt, 2009, 2010; Northup, 2010): *Implizite Kultivierung*. Dem Associative-Propositional Evaluation (APE-) Model von Gawronski und Bodenhausen (2006, 2011) folgend, werden abhängige Variablen auf dem impliziten Niveau als automatische Reaktionen interpretiert, welche bei der Rezeption eines Umweltstimulus aktiviert werden.

Beide Arendt-Studien untersuchten implizite Kultivierung in Bezug auf implizite Einstellungen gegenüber der Europäischen Union: Inhaltsanalytische Daten zeigten, dass die Kronen Zeitung die EU sehr negativ bewertete. Folglich wurde angenommen, dass kumulative Zuwendung zu dieser Tageszeitung die automatische Assoziation zwischen den Konzepten „EU“ und „negativ“ im Gedächtnis der LeserInnen stärkt. Querschnittliche (Arendt, 2009, 2010) und längsschnittliche (Arendt, 2010) empirische Evidenz dokumentiert einen solchen Effekt: Diejenigen, welche häufiger die über die EU negativ berichtende Krone lasen, zeigten eine negativere „automatische affektive Reaktion“ gegenüber der

EU (gemessen mit dem Impliziten Assoziationstest, vgl. Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998). Folglich konnte ein Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation zwischen einem Konzept (EU) und einem *evaluativen* Attribut (negativ) nachgewiesen werden.

Northup (2010) untersuchte ebenfalls die Wirkung von Nachrichtenmedien (TV, TZ, Internet) auf implizite Einstellungen (bezüglich Afroamerikaner). Der Autor konnte ebenfalls vergleichbare unterstützende Evidenz präsentieren: Die soziale Kategorie Afroamerikaner wird in der von Northup untersuchten symbolischen Umwelt der US-Nachrichtenmedien als Kriminelle überrepräsentiert. Im Rahmen einer Kultivierungsanalyse (N= 109) konnte Northup einen Zusammenhang zwischen der Nutzungshäufigkeit der Nachrichtenmedien und der Negativität der impliziten Einstellungen gegenüber Afroamerikanern nachweisen.

In Studie 2 wird diese Perspektive erweitert indem die impliziten Kultivierungseffekte auf die Stärkung der automatischen Assoziation zwischen einem Konzept und einem *non-evaluativen* Attribut untersucht wird. Zusätzlich wird ein Laborexperiment verwendet um einen kurzfristigen Effekt nachzuweisen. Dies soll die Interpretation der im Querschnitt gefundenen Zusammenhänge optimieren: Auch das von Arendt (2010) angewendete Cross-Lagged Panel Design kann Kausalität nicht beweisen. Das Experiment ist so gesehen die beste Untersuchungsanlage um Fragen der Kausalität zu klären. Es wird angenommen, dass ein nachgewiesener kausaler (kurzfristiger) Effekt die kausale Interpretation des im Querschnitt gefundenen (langfristigen) Effekts erleichtert.

## **Überblick über das empirische Vorgehen**

Wie bereits wiederholt festgehalten, fand Arendt (2010), dass die Krone Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen deutlich überrepräsentiert. Es wurde vermutet (und gefunden), dass LeserInnen den prozentuellen Anteil von Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überschätzen (Kultivierung erster Ordnung). Implizite Kultivierung zu diesem Thema wurde nicht untersucht. Daher wurde innerhalb von Studie 2 der Exposure-Effekt auf die Stärke der

automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ (Konzept) und „kriminell“ (non-evaluatives Attribut<sup>21</sup>) im Gedächtnis bezüglich des langfristigen Kontexts (*Hypothese 1*) und des kurzfristigen Kontexts (*Hypothese 2*) untersucht.

Durch die Anwendung eines Laborexperiments ist es zusätzlich möglich potentielle Moderatorvariablen (vgl. Baron & Kenny, 1986) zu untersuchen. Es wurde vermutet, dass Variablen, die in Zusammenhang mit dem automatischen Verarbeiten von Information stehen (Emotionalisierung von Texten, Arousal), einen moderierenden Effekt auf den kurzfristigen Impact auf die (automatischen) impliziten Messwerte und (nicht automatischen) Urteile erster Ordnung zeigen *können*. Es wurde jedoch weiters angenommen, dass Variablen wie die zugeschriebene Text-Glaubwürdigkeit – welche vermutlich relevant in Bezug auf (nicht automatisches) propositionales Denken sind – *nur* den Effekt auf Urteile erster Ordnung moderieren *können* (*Hypothese 3*). Folglich wurde erwartet, dass der in einer Folgesituation realisierte Effekt einer Tageszeitung auf die Stärke der automatischen Assoziation *relativ* unabhängig von „bewusstem Gegenargumentieren“ ist (z.B. „Krone = unglaubwürdig“) ist (vgl. Peters & Gawronski, 2011):

Man stelle sich folgendes Beispiel vor: Eine Person, die regelmäßig ein Boulevardblatt liest, welches Personen aus dem Ausland als Kriminelle kumulativ und konsistent überrepräsentiert, könnte für die Bildung eines Kultivierungsurteils erster Ordnung („Wie hoch ist der prozentuelle Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen?“) die folgenden Propositionen in einer Folgesituation aktivieren:

---

<sup>21</sup> Eine eindimensionale Sicht auf das Einstellungs-Konstrukt wird angewendet (vgl. etwa Hogg & Vaughan, 2005). In diesem Sinne werden nur die Attribute „positiv“ und „negativ“ als evaluativ betrachtet. Evaluative Attribute sind wichtig im Zusammenhang mit dem Effekt auf implizite Einstellungen (vgl. Arendt, 2010). „Kriminell“ ist, dieser Perspektive folgend, ein non-evaluatives Attribut. Natürlich ist dieses Attribut dadurch, dass es negativ konnotiert ist, auch eher im negativen Bereich zu verorten. Es wird jedoch als wichtig erachtet, zumindest aus analytischen Gründen, beide Ebenen zu trennen (vgl. Greenwald et al., 2002). Ob diese Trennung auch empirisch bedeutsam ist, muss die empirische Forschung zeigen. Für die Untersuchung des Modell-Kultivierungseffektes des Dissertationsprojekts ist die Untersuchung der automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ und „kriminell“ essentiell (vgl. Kapitel 2.3.2.1). Zum Unterschied zwischen impliziten Stereotypen und impliziten Einstellungen vgl. Amodio und Devine (2006).

1. Viele Ausländer sind kriminell.
2. Ich habe das gerade in Texten aus einer Boulevardzeitung gelesen.
3. Diese Texte waren nicht glaubwürdig.

Die erste Proposition könnte die propositionale Implikation der Stärke der automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ und „kriminell“ im Gedächtnis sein, welche erst kürzlich durch die Nutzung der Boulevardtexte gestärkt wurde. Diese Proposition ist jedoch inkonsistent (vgl. Festinger, 1957; Gawronski und Bodenhausen, 2006, 2011) mit der gemeinsamen Implikation von Proposition 2 und Proposition 3. Dem APE-Modell folgend versuchen Individuen diese kognitive Dissonanz (Festinger, 1957) zu lösen. Dies kann durch die Zurückweisung einer Proposition erfolgen. Wenn Proposition 1 zurückgewiesen wird, dann löst sich der aversiv erlebte Zustand auf. Dies sollte in einen schwächeren Treatmenteffekt auf das explizite, offen geäußerte Realitätsurteil münden. Da der Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation relativ unabhängig von propositionalem Denken konzeptionalisiert ist, sollte der Effekt der verzerrten Zeitungstexte auch bei Individuen beobachtbar sein, die den Texten eine geringe Glaubwürdigkeit (z.B. abgefragt in einer Folgesituation während einer Kultivierungsstudie) attestieren.

Der reduzierende Effekt in Bezug auf das explizite Urteil sollte nur dann auftreten, wenn Individuen den Zeitungstexten eine niedrige Glaubwürdigkeit zuschreiben (Proposition 3). Wenn die Glaubwürdigkeit der Zeitungstexte als hoch eingestuft wird, sollte es zu keiner Reduktion kommen. In diesem Fall wird die propositionale Implikation der automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ und „kriminell“ als valide angesehen (keine kognitive Dissonanz) und für das Urteil verwendet.

Zusätzlich wurde für Studie 2 angenommen, dass Faktoren, welche prinzipiell propositionale *und* automatische Prozesse beeinflussen können, den Treatmenteffekt auf beide abhängige Variablen – sowohl auf die Stärke der automatischen Assoziation als auch auf das explizite Realitätsurteil – beeinflussen können. In Studie 2 wurden zwei vielversprechende Kandidaten untersucht: Emotionalisierung von Zeitungstexten (d.h. Texte, die eine hohe Ausprägung in



Bezug auf die Faktoren frequency und vividness haben<sup>22</sup>) und emotionale Reaktionen der LeserInnen während der Rezeption:

Durch die höhere Stimulusintensität sollten emotionalisierte Boulevardzeitungstexte einen stärkeren Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation zeigen. Das Konzept „krimineller Ausländer“ sollte in diesen Texten salienter sein, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass der Leser oder die Leserin dieses verarbeiten. Zusätzlich enthalten lange, emotionalisierte Artikel mit einer erhöhten Wahrscheinlichkeit mehr „periphere Cues“ (z.B. bloße Anzahl an genannten Täter-Tat Paarungen) und „Argumente“ (z.B., durch den Journalisten explizit argumentierter Zusammenhang zwischen einer Tat und einer sozialen Kategorie), welche für propositionales Denken relevant sind (vgl. das Elaboration Likelihood Modell, z.B. Petty, Brinol, & Priester, 2009). Folglich sollten emotionalisierte Artikel beide Effektebenen prinzipiell beeinflussen können: automatische Assoziation und explizites Realitätsurteil.

Der zweite Faktor, emotionale Reaktionen während dem Lesen, kann als klassisches Beispiel eines evolvierten psychologischen Mechanismus (Buss, 2009) angesehen werden, der Aufmerksamkeit, Gedächtnis und Verhalten in Bezug auf evolutionär relevante Stimuli reguliert. So konnten etwa Forschungsarbeiten zeigen, dass mediale Information typischerweise besser erinnert wird, wenn sie emotionale Reaktionen auslöst (z.B. Cahill et al., 1996; Kazui et al., 2000; Leshner, Bolls, & Thomas, 2009; Newhagen, 1998; Yegiyani & Lang, 2010). Basierend auf diesen Ergebnissen kann vermutet werden, dass (*automatisch* aktivierte) emotionale Reaktionen während dem Lesen den

---

<sup>22</sup> Zeitungstexte unterscheiden sich im Hinblick auf ihr Komplexitätsniveau (Bruck & Stocker, 2002). Für Studie 2 sind zwei unterschiedliche Textgattungen interessant: Kurze, faktuale Texte (= einfache Meldungen) und lange, emotionalisierte Artikel. Gerade die zuletzt genannte Textgattung ist für Boulevardzeitungen charakteristisch. Diese Texte versuchen (1) emotional interessant zu sein, (2) ein „geistiges Bild“ im Rezipienten entstehen zu lassen (z.B. durch Bilder), und (3) dem Leser und der Leserin „nah“ zu sein (z.B., raum-zeitlich, sprachlich). Diese drei Merkmale erhöhen die Lebhaftigkeit einer Konzept-Präsentation (engl. Vividness, vgl. Hogg & Vaughan, 2005: 62, und Kapitel 2.2.5). Da emotionalisierte Artikel typischerweise länger als einfache, faktuale Meldungen sind, wird das Zielkonzept auch häufiger genannt. Folglich wird „Emotionalisierung“ von (Boulevard-)Zeitungstexten theoretisch als erhöhte Lebhaftigkeit und Häufigkeit der Konzeptpräsentation konzipiert. Sowohl die Lebhaftigkeit als auch die Häufigkeit der Konzeptpräsentation werden als bedeutsame Variablen für Effekte auf soziale Realitätsurteile angesehen (vgl. etwa Shrum, 2009) und sollten daher die Stimulusintensität der Texte erhöhen. Es soll darauf hingewiesen werden, dass die Einflüsse beider Faktoren innerhalb dieser Studie nicht getrennt studiert werden soll (vgl. zu dieser Perspektive Riddle, 2010). Im Gegenteil, es soll der unterschiedliche Effekt von zwei verschiedenen Textarten untersucht werden, die sich jeden Tag in Boulevardmedien wie der Kronen Zeitung (oder anderen Boulevardblättern wie etwa der deutschen *Bild* oder der englischen *Sun*) finden lassen.

Treatmenteffekt auf die Stärke der *automatischen* Assoziation moderieren kann. Da jedoch Emotionen auch Prozesse des propositionalen Denkens beeinflussen können – wie etwa Forschung in der Tradition der Persuasionsforschung zeigt (Emotionen können etwa die Art der Gedanken beeinflussen, welche in den Sinn kommen, vgl. Petty et al., 2009) -, sollten emotionale Reaktionen auch die expliziten Realitätsurteile beeinflussen können.

Basierend auf dieser Argumentation erscheint es vielversprechend die Rolle von Emotionalisierung von Zeitungstexten und emotionale Reaktionen innerhalb dieser Studie zu untersuchen (vgl. ergänzend Greenberg, 1988). Es soll jedoch darauf hingewiesen werden, dass der Hauptfokus von Studie 2 auf das Testen der Hypothesen gerichtet ist.

## **Method**

### **ProbandInnen**

Insgesamt nahmen 85 StudentInnen, welche über eine Einführungs-Vorlesung zur Medienpsychologie aquiriert wurden, an der Untersuchung teil. 72.9 % des Samples waren Frauen. Das Alter erstreckt sich von 19 bis 47 Jahre ( $M = 23.45$ ,  $SD = 4.85$ ). 75.3 % berichteten Österreich als Herkunft. Die meisten anderen ProbandInnen kamen aus Deutschland. Keiner der ProbandInnen hörte im Rahmen der Einführungs-Vorlesung etwas über den Kultivierungsansatz.

### **Experimentelle Manipulation**

Die ProbandInnen wurden dem Zufall nach zu einer von drei Bedingungen zugeteilt. TeilnehmerInnen in der Kontrollgruppe (KG,  $n = 29$ ) erhielten kurze, faktuale Kriminalitätstexte, in welchen die Nationalität der TäterInnen nicht genannt wurde. Diese Texte entsprechen den Texten der Kontrollgruppe von Studie 1. ProbandInnen in der faktualen Treatmentgruppe (fTG,  $n = 28$ ) erhielten

die gleichen Texte, nur wurde bei ihnen die Nationalität genannt. TeilnehmerInnen in der emotionalisierten Treatmentgruppe (eTG,  $n = 28$ ) erhielten emotionalisierte Texte mit den gleichen Tätern und den gleichen kriminellen Handlungen. Die Texte der emotionalisierten Treatmentgruppe waren die gleichen Texte, welche die Versuchsgruppe in Studie 1 erhielt. Die Artikel der eTG wurden aus der Krone entnommen. Die Texte von KG und fTG wurden manipuliert im Stil von einfachen Meldungen, welche in dieser Aufmachung auch täglich in der Krone-Kriminalitätsberichterstattung erscheinen. Die kriminellen Akte waren in jeder Gruppe die gleichen. Die Differenz bestand nur im Nennen der Nationalität der Täter (KG vs. fTG, eTG) und der Präsenz des Stilmittels der Emotionalisierung (KG, fTG vs. eTG). Es kamen insgesamt 18 Täter in allen fünf Kriminalitätstexten vor. In einem Text wurde ein Täter als Österreicher etikettiert um die externe Validität zu erhöhen (nicht 100% der Täter werden in der Krone als „Ausländer“ etikettiert, vgl. Arendt, 2010).

## **Materialien**

*Nutzungshäufigkeit.* Die TeilnehmerInnen wurden gefragt an wievielen Tagen pro Woche sie die Kronen Zeitung lesen. Da nur zwei Teilnehmer diese Zeitung an mehr als einem Tag lasen, wurde diese Variable in LeserInnen und NichtleserInnen dichotomisiert. 25.9% waren LeserInnen.

*Stärke der automatischen Assoziation.* Die Stärke der automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ und „kriminell“ wurde mit Hilfe des Impliziten Assoziationstests (= IAT, Greenwald et al., 1998) gemessen: Die ProbandInnen sollten Wörter, die in der Mitte des Bildschirms erschienen, in vier Kategorien (Österreich, Ausland, kriminell, erlaubt) klassifizieren. Die Kategorien wurden auf der oberen Seite des Bildschirms präsentiert. Zwei dieser Kategorien waren Konzepte (Ausland, Österreich) und zwei waren Attribute (kriminell, erlaubt). Die Wörter, die in der Mitte des Bildschirms erschienen, konnten in eine der vier Kategorien zugeteilt werden. Namen, die intuitiv in die Kategorien Österreich (Paul, Michael, Stefan, Georg) oder Ausland (Mohamed, Stanislav, Dejan, Ercan)

sortiert werden konnten, wurden als Stimuli-Items verwendet.<sup>23</sup> Handlungen wurden als Stimuli-Items bezüglich der Kategorien kriminell (stehlen, töten, vergewaltigen, morden) und erlaubt (laufen, springen, spielen, lieben) verwendet.

Im IAT gab es zwei wichtige Durchgänge. In der ersten kombinierten Aufgabe (= kongruente Bedingung) wurden Ausland und kriminell auf der einen Seite des Bildschirms präsentiert (links oben) und Österreich und erlaubt auf der anderen Seite (rechts oben). Wurde nun etwa das Stimulus-Item „laufen“ in der Mitte des Bildschirms präsentiert, dann mussten die TeilnehmerInnen dieses Item zur korrekten Kategorien-Kombination zu sortieren. Dies konnten sie durch das Drücken einer von zwei Tassen (links, rechts). In der zweiten kombinierten Aufgabe (= inkongruente Bedingung), wurde Österreich mit kriminell und Ausland mit erlaubt gepaart. Wurde etwa das Stimulus-Item „Mohamed“ präsentiert, dann musste es der Kombination „Ausland und erlaubt“ zugeteilt werden.

Die essentielle Annahme ist nun die, dass die Kategorisierung schneller erfolgen sollte, wenn die Paarung eines Konzeptes mit einem Attribut eine stärkere automatische Assoziation im Gedächtnis aufweist (Greenwald et al., 1998). Daher sollte eine Person, welche eine starke automatische Assoziation zwischen kriminell und Ausland zeigt, in der ersten kombinierten Aufgabe wesentlich schneller sein als in der zweiten kombinierten Bedingung.

Die Latenzen wurden in Millisekunden erhoben. Es wurde der vorgeschlagenen Prozedur von Greenwald et al. (1998) gefolgt, außer dass alle TeilnehmerInnen die inkongruente Bedingung vor der kongruenten Bedingung bewältigen mussten (= Konstanthaltung der Reihenfolge). Aus den einzelnen Latenz-Messwerten wurde der zentrale Messwert nach einem validierten Scoring-Algorithmus (Greenwald, Nosek, & Banaji, 2003) errechnet. Dieser Wert gibt die Stärke der automatischen Assoziation an. Je höher der Wert, desto stärker ist die automatische Assoziation zwischen „kriminell“ und „Ausland“ im Gedächtnis des

---

<sup>23</sup> Diese Methode wurde Greenwald et al. (1998) folgend angewendet, in deren Studie die Namen von Weißen oder Schwarzen verwendet wurden. Dies sollte natürlich nicht implizieren, dass es keine Personen aus Österreich gibt, welche Namen die mit der „Ausland“-Kategorie des IAT's erfasst wurden, besitzen. Um solche Missverständnisse zu vermeiden, wurde im Anschluss an das Experiment ein ausführliches Debriefing gegeben.

Probanden oder der Probandin. Dieser Messwert wurde nur einmal, und zwar nach dem Lesen der Zeitungstexte gemessen. Eine Vorher-Messung hätte das Ziel der Studie zu salient gemacht.

*Realitätsurteil.* Die ProbandInnen wurden nach ihrer Einschätzung bezüglich des prozentuellen Anteils von Personen aus dem Ausland (subordinate Kategorie) an allen tatverdächtigen Personen in Österreich (superordinate Kategorie) vor und nach dem Lesen der Zeitungstexte auf einer 10-stelligen Skala gefragt (0-9%, 10-19%, etc.). Diese Prozedur wurde mit mehreren Fragen wiederholt um das Ziel der Untersuchung zu verschleiern (z.B.: Anteil von Frauen an allen Studierenden der Kommunikationswissenschaft, Anteil von Tannenbäumen an allen Bäumen). Die Daten bezüglich des Realitätsurteils wurden zwischen diesen Füllerfragen erhoben. Ein kurzfristiger Effekt wurde als Post-Prä Differenz definiert. Folglich bedeutet ein höherer Wert dieser Variable, einen stärkeren Treatment-Effekt in der hypothesenkonformen Richtung (analog zum Vorgehen in Studie 1).

Es wurde ein Single-Item Measure aus folgenden Gründen einem Multi-Item Measure vorgezogen: (1) Single-Item Messwerte werden im Bereich der impliziten sozialen Kognitionsforschung erfolgreich verwendet (Hofmann et al., 2005). (2) Wenn Personen eine Gedächtnissuche durchführen und Erinnerungen aus einer spezifischen (medialen) Quelle abrufen, dann ist es wahrscheinlicher, dass diese Personen in einer folgenden Gedächtnissuche wieder einen Gedächtnisinhalt aus dieser einen Quelle aktivieren. In anderen Worten: Die Quelle der ersten Situation sagt die Quelle der folgenden Situation überzufällig voraus (vgl. Shapiro, 1991). Folglich könnte ein Multi-Item Measure den „wahren“ Effekt überschätzen, weil sich der Effekt mit zunehmender Itemzahl quasi „aufschauelt“. (3) Eine Vorher-Messung wurde angewendet. Ein Multi-Item Measure wäre zu salient und würde das Ziel der Studie erraten lassen.

*Arousal.* Die Messung von Arousal als Indikator von unspezifischen, emotionalen Reaktionen während der Rezeption hat eine lange Tradition in der Medienforschung (vgl. Vitouch, Tinchon, & Janschek, 1998). Arousal, konzipiert als Aktivierung des sympathischen Nervensystems, wurde mit Hilfe einer neuen Methode, welche von Lang, Potter, und Bolls (2009) für die Medienforschung

empfohlen wird, gemessen: Toichi, Sugiura, Murai, und Sengoku (1997) befassten sich mit der Herzratenvariabilität (vgl. Allen, Chambers, & Towers, 2007) um die parasymphatischen und sympathischen Beiträge zur Herzrate zu trennen. Eine Zeitreihe des Elektrokardiogramms - erhoben mit HRV-Scanner (BioSign GmbH, Deutschland) aus einer bipolaren Ableitung (Einthoven I) während dem Lesen der Zeitungstexte - wurde verwendet um einen Index der sympathischen Aktivität zu errechnen. Die Digitalisierung fand mit 500 Hz statt. Die Interbeat Intervall Serie wurde verwendet um Toichi et al's *cardiac sympathetic index (CSI)* zu errechnen. Durch die Subtraktion des CSI der Baseline (während dem Lesen der Füllertexte) vom CSI der Stimulusphase konnte somit der Wandel im Arousal quantifiziert werden. Folglich bedeutet ein höherer Arousal-Wert, dass die ProbandInnen während dem Lesen der Kriminalitätstexte stärker erregt waren (im Vergleich zur Baseline).

*Text-Glaubwürdigkeit.* Die TeilnehmerInnen wurden gebeten vier Statements („Die Texte waren glaubwürdig“, „Die Texte waren vertrauenserweckend“, „Die Texte waren gut recherchiert“, „Die Texte waren ausgewogen und fair gestaltet“) auf einer fünf-stufigen Skala von *stimme voll und ganz zu* bis *stimme überhaupt nicht zu* zu bewerten. Eine Hauptachsen-Faktorenanalyse ergab einen Faktor, welcher 60.52% der Varianz erklärt (Cronbach's  $\alpha = .78$ ). Mit den Faktorwerten wurde weiter gerechnet.

## **Prozedur**

Jede Versuchsperson wurde begrüßt und gefragt ob sie/er die notwendigen Bedingungen für eine Teilnahme am Experiment erfüllt (kein Rauchen, Alkohol, Koffein oder Sport vor dem Experiment wegen der Messung der Herzratenvariabilität). Anschließend wurden die Elektroden angebracht. Danach gingen die Versuchsperson und der männliche Versuchsleiter in einen anderen Raum. In diesem Raum nahm die Versuchsperson vor einem Computer-Bildschirm (Diagonale = 48 cm) platz. In diesem Raum erfolgte das gesamte Experiment. Der Experimentier befestigte die Kabeln des Elektrokardiogramms an den zuvor bereits angebrachten Klebeelektroden und teilte dem Probanden mit,

dass dieser alle Instruktionen vom Bildschirm erhält. Anschließend verließ der Versuchsleiter den Raum.

Die Variablen wurden in folgender Reihenfolge erhoben: Realitätsurteil (vorher), Lesen der Füllertexte, Lesen der Kriminalitätstexte (durchgemischt mit weiteren Füllertexten), Distraktor-Aufgabe (Fragen zur momentanen Befindlichkeit), Realitätsurteil (nachher, analog zu P1 von Studie 1), Stärke der automatischen Assoziation, Text-Glaubwürdigkeit, Nutzungshäufigkeit der Krone. Nachdem das Experiment beendet war, wurden die Elektroden entfernt, die Testperson erhielt ein Debriefing, und wurde anschließend entlassen. Die Daten wurden in Einzelsitzungen erhoben.

## Statistische Analyse

Wegen der zeitintensiven Messung der Herzratenvariabilität und den Reaktionszeiten musste ein Kompromiss bezüglich der Stichprobengröße eingegangen werden: Die Stichprobengröße wurde für den erwarteten kurzfristigen Effekt geplant. Da vermutet wurde, dass sich der langfristige implizite Kultivierungseffekt auf einem etwas niedrigeren Niveau befindet und dieser Effekt jedoch bereits reliabel gemessen wurde (Arendt, 2009, 2010; Northup, 2010), wurde der Typ 1 Fehler für den langfristigen Effekt auf .10 fixiert.<sup>24</sup>

## Resultate

Hypothese 1 vermutete, dass kumulativer Exposure zu einer Tageszeitung, welche konsistent Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert, einen Kultivierungseffekt auf die Stärke der automatischen

---

<sup>24</sup> Wenn die Folgen einer Fehlentscheidung beim Signifikanztesten groß sind (z.B. beim Test eines Krebs-Medikaments), dann muss ein niedriges  $\alpha$ -Niveau gewählt werden (etwa .05 oder .01). In neuen, innovativen Forschungsprojekten ist ein höheres  $\alpha$ -Niveau gerechtfertigt (etwa .10, vgl. Bortz 2005, 114/123). Da der kurzfristige Treatmenteffekt mit zeitintensiven Prozeduren gemessen wurde (HRV, IAT) waren die Möglichkeiten ein großes Sample zu realisieren beschränkt.

Assoziation zwischen den Konzeptknoten “Ausland” und “kriminell” im Gedächtnis der LeserInnen hat. Um diese Vermutung zu testen, wurden hierarchische multiple Regressionen gerechnet. Da die Stärke der automatischen Assoziation nach dem Lesen der Stimulustexte erhoben wurde, wurde die experimentelle Bedingung (Dummy codiert) im ersten Schritt des Regressionsmodells kontrolliert. Im zweiten Schritt wurde die Nutzungshäufigkeit der Tageszeitung in das Modell aufgenommen. Die Tageszeitungsnutzungshäufigkeit zeigt einen signifikanten Koeffizienten, der darauf hinweist, dass je häufiger die Krone gelesen wird, desto stärker die automatische Assoziation zwischen “Ausland” und “kriminell” ist,  $\beta = .25$ ,  $\Delta R^2 = .06$ ,  $F(1, 81) = 5.85$ ,  $p = .02$ .<sup>25</sup> Um zusätzliche Drittvariablen zu kontrollieren, wurden in einem weiteren hierarchischen Regressionsmodell im zweiten Schritt zuerst die Variablen Alter, Geschlecht und Herkunft (Österreich, Ausland) in das Modell aufgenommen. Die Nutzungshäufigkeit ging im dritten Schritt in das Modell ein. Obwohl die Kontrolle von diesen Drittfaktoren die Effektgröße leicht reduziert, ist sie immer noch auf einem vorhergesagtem Niveau,  $\beta = .19$ ,  $\Delta R^2 = .03$ ,  $F(1, 78) = 3.08$ ,  $p = .08$ . Folglich wurde Hypothese 1 durch die Daten bestätigt.

Hypothese 2 nahm an, dass das Lesen von einigen (verzerrten) Texten (aus der gleichen Tageszeitung) einen kurzfristigen Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation zeigt. Obwohl die Mittelwert-Differenz zwischen KG ( $M = 0.56$ ,  $SD = 0.26$ ) und fTG ( $M = 0.61$ ,  $SD = 0.27$ ) in die richtige Richtung zeigt, wird dieser Unterschied nicht signifikant,  $t(55) = 0.74$ ,  $p = .23$ ,  $d = 0.19$ ,  $R^2 = .01$ . Vergleicht man jedoch eTG ( $M = 0.69$ ,  $SD = 0.25$ ) mit KG, dann erhält man einen hypothesenkonformen signifikanten Effekt,  $t(55) = 1.96$ ,  $p = .03$ ,  $d = 0.51$ ,  $R^2 = .07$ . Folglich konnte auch Hypothese 2 bestätigt werden, jedoch nur für emotionalisierte Texte. Es scheint so, dass Zeitungstexte ein Minimum an Stimulusintensität benötigen, um einen kurzfristigen Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation zu produzieren.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Hier und in den folgenden Tests dieser Studie entspricht das  $R^2$  dem Determinationskoeffizienten (Range: 0 - 1) und nicht dem Effektstärke-Messwert von Studie 1.

<sup>26</sup> Hypothese 2 kann auch mit Hilfe der Regressionsrechnung, welche für Hypothese 1 durchgeführt wurde, getestet werden. Dummy 1 (CG vs. fTG) produziert einen nicht signifikanten Effekt,  $B = .06$ , 90% CI [-.06, .17],  $SE = .07$ ,  $\beta = .10$ ,  $p = .40$ . Dummy 2 (CG vs. eTG) erreicht jedoch eine signifikante Effektgröße,  $B = .14$ , 90% CI [.03, .25],  $SE = .07$ ,  $\beta = .25$ ,  $p = .046$ . Daher wird die Analyse der Mittelwertunterschiede (welche wegen ihrer leichteren, intuitiven Verständlichkeit präsentiert wurde) durch die Regressionrechnung bestätigt.



Um zu testen, ob Arousal oder Text-Glaubwürdigkeit den kurzfristigen Treatment-Effekt moderieren, wurden für jeden potentiellen Moderator zweifaktorielle ANOVA's gerechnet. Ein Mediansplit wurde für die metrischen Variablen durchgeführt, um eine kategoriale Variable zu erhalten. Eine Moderatorrolle wird in diesem Design durch eine signifikante Interaktion (mit der Krone-Nutzung) angezeigt (vgl. Baron & Kenny, 1986).<sup>27</sup> Keine dieser Variablen produzierte einen signifikanten Moderatoreffekt (beide  $F$ 's < 1).

Wie angenommen wurde, produzierte das Treatment auch einen Effekt auf die Anteilseinschätzung. Diejenigen, welche verzerrte Texte lasen, überschätzten eher den Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen: fTG ( $M = 0.11$ ,  $SD = 0.69$ ) zeigte hypothesenkonform einen stärkeren Effekt als KG ( $M = -0.21$ ,  $SD = 0.73$ ),  $t(55) = 1.68$ ,  $p = .049$ ,  $d = 0.45$ ,  $R^2 = .05$ . Das gleiche Muster, aber etwas stärker ausgeprägt, lässt sich im Vergleich von KG mit eTG ( $M = 0.36$ ,  $SD = 1.28$ ) dokumentieren,  $t(42.38) = 2.03$ ,  $p = .023$ ,  $d = .55$ ,  $R^2 = .07$ .

Weiters interessierte, ob die Text-Glaubwürdigkeit den kurzfristigen Effekt auf das Realitätsurteil moderierte. Es wurde wieder eine ANOVA gerechnet. Konsistent mit Hypothese 3 wurde ein signifikanter Interaktionsterm gefunden,  $F(2, 79) = 6.97$ ,  $p = .002$ ,  $\eta^2 = .15$ . Diejenigen, welche den Texten eine geringe Glaubwürdigkeit attribuierten zeigten ähnliche Mittelwerte, KG ( $M = 0.00$ ,  $SD = 0.43$ ), fTG ( $M = 0.27$ ,  $SD = 0.47$ ), eFT ( $M = -0.05$ ,  $SD = 1.08$ ). Personen mit hoher Glaubwürdigkeits-Zuschreibung zeigten jedoch beim Lesen der emotionalisierten Texte einen starken Anstieg, KG ( $M = -0.35$ ,  $SD = 0.86$ ), fTG ( $M = 0.00$ ,  $SD = 0.79$ ), eFT ( $M = 1.22$ ,  $SD = 1.30$ ). Folglich konnte Hypothese 3 ebenfalls bestätigt werden. Es wurde kein signifikanter moderierender Effekt von Arousal nachgewiesen ( $F < 1.69$ ).

Im Anschluss wurde noch eine weitere hierarchische multiple Regression gerechnet, um den langfristigen Kultivierungseffekt der Krone auf das Realitätsurteil zu errechnen. Überraschenderweise ließ sich jedoch kein

---

27 Da drei Gruppen (KG, fTG, eTG) im Design realisiert wurden, kann die Interaktion nicht mittels eines einfachen Produktterms (Gruppe x Moderator) getestet werden. Aus diesem Grund wurde der Mediansplit durchgeführt, welcher eine Analyse mit Hilfe einer ANOVA ermöglicht.

Kultivierungseffekt nachweisen, wenn für Alter, Geschlecht und Herkunft kontrolliert wurde,  $\beta = .05$ ,  $\Delta R^2 = .002$ ,  $F(1, 78) = 0.03$ ,  $p = .69$ . Folglich scheint ein Tag Krone-Nutzung pro Woche – es waren nur extreme WenigleserInnen im Studenten-Sample – zu wenig zu sein, um einen Kultivierungseffekt auf Anteilseinschätzungen zu produzieren. Für einen Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation dürfte dies jedoch offensichtlich genug sein.

Abschließend wurde noch untersucht, ob emotionalisierte Texte mehr Arousal produzierten als faktuale Texte. Die fTG ( $M = 0.13$ ,  $SD = 0.63$ ) und eTG ( $M = 0.06$ ,  $SD = 0.57$ ) unterschieden sich nicht signifikant hinsichtlich des unspezifischen, physiologischen Erregungsniveaus,  $t(54) = -0.46$ ,  $p = .32$ ,  $d = -0.12$ . Folglich ist der stärkere Effekt der emotionalisierten Text nicht auf ein erhöhtes Erregungsniveau zurückzuführen, sondern vermutlich auf eine stärker kognitiv zu interpretierende Rolle der bereits angesprochenen Faktoren Vividness (mehr Elaboration während dem Lesen: lebhaftere Details der Geschichten werden abgespeichert) und Frequency (häufigere Verarbeitung der kriminell-Ausland Paarung).

## Diskussion

Es wurde nachgewiesen, dass die wiederholte Rezeption einer Tageszeitung, welche Personen aus dem Ausland als Kriminelle überrepräsentiert, die Stärke der automatischen Assoziation zwischen den Konzeptknoten “Ausland” und “kriminell” im Gedächtnis der LeserInnen erhöht. Die Effektgröße ist konsistent mit den Effektgrößen, die von Arendt (2009, 2010) und Northup (2010) für implizite Einstellungen dokumentiert wurden.

Zusätzlich wurde auch ein kurzfristiger Treatment-Effekt des Lesens der verzerrten Texte nachgewiesen. Der Befund, dass die zugeschriebene Text-Glaubwürdigkeit den kurzfristigen Treatment-Effekt bezüglich des Realitätsurteils moderierte, aber nicht bezüglich des impliziten Messwertes, führt zu dem Schluss, dass der Einfluss einer Tageszeitung auf die Stärke der automatischen Assoziation relativ unabhängig von Prozessen des propositionalen Denkens (z.B.,

Gegenargumentieren auf Basis einer geringen attribuierten Glaubwürdigkeit innerhalb einer Folgesituation) ist. Zusätzlich ermöglicht der empirische Nachweis eines kausalen (kurzfristigen) Effektes mehr Vertrauen in die kausale Interpretation der im Querschnitt gefundenen (langfristigen Kultivierungs-) Zusammenhänge.

Eine bedeutsame Limitation von Studie 2 ist die geringe Stichprobengröße. Dies war wegen der aufwendigen Messung der Herzratenvariabilität und der Reaktionszeiten der Fall. Trotzdem konnten die Hypothesen bestätigt werden. Zukünftige Forschung sollte jedoch mit größeren Samples arbeiten, wenn nur Querschnitt-Zusammenhänge untersucht werden sollen. Der Papier-IAT (vgl. Arendt, 2010) bietet sich hier als forschungsökonomische Alternative an.

Für CEEM ergibt sich eine weitere bedeutsame Bestätigung: In Studie 1 zeigte sich der Treatmenteffekt (P1) bei identischen Texten mit  $R^2 = 6.25^{28}$  bei einer zeitlichen Verzögerung von 3.09 Minuten. Die Decay-Funktion wurde mit einer Inversen Funktion geschätzt:  $R^2 = 0.95 + (15.86 / m)$ . Die Daten aus Studie 2 können nun zur *Validierung der in Studie 1 geschätzten Decay-Funktion* herangezogen werden: Die Decay-Funktion verlangt nach der zeitlichen Verzögerung der Post-Messung in Studie 2. Diese ( $M = 1.76$ ,  $SD = 0.45$ ) fiel etwas kürzer aus als die zeitliche Verzögerung in Studie 1. Folglich schätzt die Decay Funktion aus Studie 1 einen etwas stärkeren Treatment-Effekt in Studie 2 (genaue Schätzung:  $R^2 = 9.96$ ). In der Tat ließ sich in Studie 2 ein etwas stärkerer Effekt nachweisen,  $R^2 = 7.13$ . Dieser Wert entspricht nicht exakt dem geschätzten Wert. Studie 1 und Studie 2 unterscheiden sich in kleinen methodischen Details voneinander: Obwohl die Texte, die Operationalisierung des Realitätsurteils und die Distraktor-Aufgabe (Fragen zur momentanen Befindlichkeit) die gleichen waren, gab es doch Unterschiede: Labor vs. Web-Experiment . Nichtsdestotrotz, die Inverse Funktion aus Studie 1 ist im Stande eine korrekte Schätzung im CEEM-Sinn (ordinale Relationen) abzugeben und hat sich somit bewährt.

---

<sup>28</sup> Hier entspricht das  $R^2$  wieder dem Effektgrößen-Messwert aus Studie 1 (Range: -100 bis +100).

## **Limitationen**

Eine bedeutsame Einschränkung von Studie 2 ist sicherlich in der relativ kleinen Samplegröße zu finden. Dies war vor allem verursacht durch die aufwendige Messung der HRV-Daten und der Reaktionszeiten (IAT). Die kleine Stichprobengröße führt dazu, dass nur 22 Individuen angegeben LeserInnen der Kronen Zeitung zu sein. Folgestudien sollten auf jeden Fall größere Samples verwenden, wenn nur der langfristige Kultivierungseffekt und nicht zusätzlich auch der kurzfristige Effekt mit moderierenden Variablen untersucht wird. Zusätzlich waren die LeserInnen in dieser Studie nur WenigleserInnen: Die meisten lasen die Kronen Zeitung durchschnittlich nur an einem Tag pro Woche. Folglich könnte die Effektgröße des impliziten Kultivierungseffektes sich in Studien mit größeren Samples und VielleserInnen anders zeigen. Geht man davon aus, dass die Kultivierungshypothese mindestens einen monotonen Anstieg der Effektgröße vorhersagt (Gerbner & Gross, 1976, vgl. z.B. auch Kapitel 2.1.1.2), ist es plausibel anzunehmen, dass Studie 2 ein konservativer Test des impliziten Kultivierungseffektes ist: Mit VielleserInnen sollte der Effekt noch eindeutiger beobachtet werden können. Zusätzlich war die Mehrzahl der ProbandInnen weiblich.

## **Fazit**

Insgesamt hat sich CEEM in den beiden ersten Studien empirisch bewährt. Es konnte größtenteils unterstützende empirische Evidenz dokumentiert werden. Eine Besprechung der Befunde und deren Bedeutung für CEEM erfolgt im Diskussions-Teil der Dissertation (Kapitel 4). Jetzt widmen wir uns der Überprüfung des zweiten theoretischen Modells: HPMN.

## 3.2. Überprüfung von HPMN

Studie 3 und 4 versuchen das heuristische Prozessmodell für Tageszeitungen (HPMN) empirisch zu testen. Studie 3 untersuchte, ob auch im Tageszeitungs-Zusammenhang ein Quellen-Prime eine reduzierende Moderatorwirkung auf den Kultivierungseffekt hat. Wenn ja, dann befinden wir uns auch bezüglich des Kultivierungseffektes der Boulevardzeitung Krone auf der “niedrigen Bereitschafts”-Ebene von HPMN (vgl. Kapitel 2.3.2.2). Zusätzlich zeigt ein Quellen-Prime Effekt, dass die Kontextinformation “Quelle” noch immer im Gedächtnis der LeserInnen vorhanden ist (sonst würde sich kein Effekt zeigen können) und dass das Urteil (zumindest teilweise) auf episodischen Erinnerungen aufgebaut wird (vgl. Kapitel 2.3.2). Methodisch wurde so vorgegangen, dass eine experimentelle Bedingung einen Krone-Prime enthielt, die Kontrollgruppe jedoch nicht.

Studie 4 versuchte die Auswirkung der Systematik der Urteilsbildung zu untersuchen: Welche moderierende Konsequenz zeigt systematische(re) Urteilsbildung? Innerhalb dieser Studie wurde experimentell die Art der Urteilsbildung manipuliert: Die heuristische Gruppe sollte “aus dem Bauch heraus” antworten (Instruktion zur heuristischen Urteilsbildung). In einer weiteren Versuchsgruppe wurde darauf hingewiesen wie wichtig das Urteil sei (systematische Gruppe). Die große Frage bei Studie 4 ist, ob sich die systematische Gruppe von der Kontrollgruppe unterscheidet: Reduziert eine systematische Urteilsbildung (= längeres Nachdenken, mehr Elaboration) auch im TZ-Kontext den Kultivierungseffekt?

Eine Stärke von Studien 3 und 4 ist das realisierte Sample. Es wurden Quotenstichproben verwendet, um den Kultivierungseffekt auch an einer repräsentative(re)n Stichprobe als den in Studie 1 und 2 verwendeten StudentInnen-Samples testen zu können.



## 3.2.1. Studie 3: Effekt eines Quellen-Primes vor der Urteilsbildung

### Abstract

*Im Rahmen eines Web-Experimentes (N = 501, quotiert nach Alter [14-59], Geschlecht, Bildung und Bundesland) wurde der moderierende Effekt eines Quellen-Primes getestet. Hierfür wurden die ProbandInnen dem Zufall nach auf eine von zwei Bedingungen zugeteilt. Die Quellen-Prime Gruppe erhielt unmittelbar vor der Urteilsabfrage der Anteilseinschätzung einen Krone-Prime. Die Kontrollgruppe gab ihre Anteilseinschätzung ohne Quellen-Prime ab. Die Daten zeigen, dass der Krone-Prime einen schwachen reduzierenden Einfluss auf den Kultivierungseffekt hatte, jedoch nur für Krone-VielleserInnen: Wenn Krone VielleserInnen vor der Urteilsabfrage einen Krone-Prime erhielten, dann fiel der gemessene langfristige Kultivierungseffekt geringer aus als in der Kontrollgruppe. Somit konnte auch für den Tageszeitungs-Kultivierungskontext (analog zum TV-Kontext) gezeigt werden, dass ein Quellen-Prime einen reduzierenden Effekt hat. Es scheint somit, dass die Bereitschaft zur Verwendung von Erinnerungen aus der Krone für ein Realitätsurteil niedrig ist (sonst hätte die Aktivierung des Konzeptknotens "Krone" im Gedächtnis eine steigende Wirkung auf den Kultivierungseffekt). Der dokumentierte Quellen-Prime Effekt beweist weiters, dass (zumindest) bei VielleserInnen der Konzeptknoten "Krone" noch vorhanden ist (bzw. mit anderen Erinnerungen ausreichend verbunden ist) – sonst hätte sich kein Quellen-Prime Effekt zeigen können. Zusätzlich zeigt der nachgewiesene moderierende Einfluss eines Krone-Primes, dass das Realitätsurteil nicht ausschließlich auf der Basis von orts- und zeitunabhängiger, reiner semantischer Information gebildet wird (bei dieser gibt es die Kontextinformation Quelle nicht bzw. spielt diese eine untergeordnete Rolle). Wie auch in der TV-Kultivierungsforschung bereits angenommen wurde, scheinen episodische Erinnerungen zentral für das*

*Kultivierungsurteil zu sein. Warum der Quellen-Prime nur bei VielleserInnen einen moderierenden Einfluss zeigte, ist unklar. Hypothesen zu diesem unerwarteten Befund werden diskutiert.*

Daten dieser Studie (gemeinsam mit Daten aus Studie 4) wurden auf der Jahrestagung der *International Communication Association* präsentiert (Phoenix, Arizona, 2012). Dieses Paper erhielt den “Top 3 Student Paper Award” der Mass Communication Division.



## Einleitung

Innerhalb dieser Studie wurde untersucht, ob ein Quellen-Prime den Kultivierungseffekt moderiert. Wenn dieser einen reduzierenden Einfluss hat, befindet sich dieser spezifische Tageszeitungs-Kultivierungseffekt auf der “niedrigen Bereitschaftsebene” von HPMN: Individuen zeigen wenig Bereitschaft Erinnerungen aus dieser Quelle für ein Realitätsurteil zu verwenden (z.B. wegen einer als gering eingeschätzten Glaubwürdigkeit der [Boulevard-]Tageszeitung). Zusätzlich zeigt ein Quellen-Prime Effekt, dass die Kontextinformation “Quelle” als Erinnerung im Gedächtnis der LeserInnen prinzipiell vorhanden ist. Da ein Quellen-Prime im TV-Kontext einen reduzierenden Effekt zeigt und die Tageszeitung Krone ein Boulevardmedium (mit negativem Ruf, vgl. Horvath, 2006) ist, wurde vermutet, dass auch in diesem Zusammenhang ein Quellen-Prime einen reduzierenden Effekt hat (Hypothese 1).

Zusätzlich kann ein nachgewiesener Quellen-Prime Effekt als unterstützende empirische Evidenz für die Verwendung von episodischen Erinnerungen (vgl. Kapitel 2.3.2.1, 2.3.2.2, Fn 4 und Fn 12) interpretiert werden. Episodische Erinnerungen beziehen sich auf deskriptiver Ebene auf persönlich erfahrene Ereignisse (aus erster Hand oder über Medien), welchen räumliche und zeitliche Koordinaten zugeordnet sind. Semantische Erinnerungen beziehen sich hingegen auf Sachwissen ohne zeitlich-räumliche Einbettung. Die Variable “Stärke der automatischen Assoziation”, welche in Studie 2 gemessen wurde, kann als Ergebnis von semantischen Strukturen im assoziativen Gedächtnis interpretiert werden. Zu Recht weisen Buchner und Brandt (2002, 501) darauf hin, dass man sich semantisches Wissen jedoch als wesentlich redundanter vorstellen kann: “Sachwissen” kann aus vielen verschiedenen episodischen Erinnerungen gebildet werden. Der wesentliche Punkt ist jedoch, dass ein nachgewiesener Quellen-Prime Effekt beweist, dass die Kontextinformation “Quelle” (als Teil der zeitlich-räumlichen Einbettung der Erinnerung) mit den für das Realitätsurteil verwendeten Gedächtnisinhalten in Verbindung steht. Folglich beweist ein Quellen-Prime Effekt, dass episodische Erinnerungen aus dem Medium verwendet werden.

## **Methode**

Es kam wieder ein web-experimentelles Design zum Einsatz. Es wurde ein Faktor experimentell manipuliert: Die Quellen-Prime-Gruppe erhielt unmittelbar vor dem Abfragen des Realitätsurteils einen Krone-Prime. Dieser wurde, Shrum et al. (1998) folgend, mit der Abfrage der Nutzungshäufigkeit der Kronen Zeitung vor dem Realitätsurteil operationalisiert. Folglich wurde in der Priming-Gruppe zuerst die Krone-Nutzung erhoben und auf der nächsten Seite sofort das Realitätsurteil. Das Abfragen der Krone-Nutzung agierte als Quellen-Prime (= aktivierte den Konzeptknoten Krone im Gedächtnis). Die Kontrollgruppe wurde zuerst nach ihrem Realitätsurteil gefragt. Somit gab es in der Kontrollgruppe keinen Quellen-Prime vor der Urteilsbildung.

### **ProbandInnen und Prozedur**

501 Personen eines Quotensamples basierend auf Alter (14 - 59 Jahre), Geschlecht, Bildung und Bundesland wurden per Zufall auf eine der beiden Bedingungen zugeteilt. Das Sample wurde bei einem kommerziellen Marktforschungsinstitut eingekauft.

### **Variablen**

*Nutzungshäufigkeit.* Die ProbandInnen wurden gefragt an wie vielen Tagen pro Woche sie die Krone lesen.

*Realitätsurteil.* In dieser Studie wurden die TeilnehmerInnen wieder nach dem Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen gefragt. Sie hatten die folgenden Antwortmöglichkeiten (anders als in Studie 1 und 2): "27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43". Die erste Zahl, "27" (codiert als 1), repräsentierte die Realität (wie in der Statistik vom Bundeskriminalamt veröffentlicht, vgl. Arendt, 2010). Die letzte Zahl, "43" (codiert als 9),

repräsentierte die “Krone-Welt” wie eine Inhaltsanalyse zeigte (vgl. Arendt, 2010). Eine andere Erhebungsmethode bezüglich der Antwortkategorien wurde deswegen angewendet, um sicherstellen zu können, dass der Kultivierungseffekt nicht nur von der Art der Antwortkategorien abhängt.

## Resultate

Hypothese 1 vermutete, dass sich der Kultivierungseffekt reduziert, wenn direkt vor der Urteilsbildung die Quelle (= Krone) dem Urteilsbildenden salient gemacht wird (= Quellen-Priming). Tabelle 3 zeigt die Koeffizienten von zwei hierarchischen multiplen Regressionsmodellen. Für jede experimentelle Bedingung wurde ein eigenes Modell gerechnet. Die Kontrollgruppe gibt den „typischen“ Kultivierungseffekt an. Er ist mit einem Beta-Gewicht von .23 (nach der Kontrolle der Drittvariablen Alter, Geschlecht und Bildung [Matura nein/ja]) im erwarteten Bereich (sogar etwas größer als in den StudentInnen-Samples). Die Tageszeitungs-Nutzung erklärt rund 5% an zusätzlicher Varianz nachdem für Alter, Geschlecht und Bildung statistisch kontrolliert wurde.

Wenn nun das Präsentieren eines Quellen-Primes vor der Urteilsbildung einen moderierenden Effekt hätte, dann müssten sich die Beta-Gewichte der Nutzungshäufigkeit zwischen den beiden Bedingungen unterscheiden. Der Koeffizient innerhalb der Priming-Gruppe zeigt hypothesenkonform einen geringeren Wert von .13. Wie Tabelle 3 jedoch zu entnehmen ist, unterscheiden sich diese beiden Beta-Gewichte nicht signifikant.<sup>29</sup> Folglich scheint es so, als würde ein Quellen-Prime keinen (starken) moderierenden Einfluss haben.

---

<sup>29</sup> Der Unterschied der Beta-Gewichte wurde Paternoster et al. (1998) folgend errechnet. Auch wenn der Quellen-Prime Effekt in *einem* statistischen Modell mit Hilfe eines Interaktionsterms (= Term der multiplizierten z-standardisierten Variablen *experimentelle Bedingung* und *Krone-Nutzung*) getestet wird, zeigt sich kein signifikanter Effekt,  $\beta = .069$ ,  $p = .12$ .

Tabelle 3

**Hierarchische multiple Regression: Vorhersage des Realitätsurteils durch die Nutzungshäufigkeit der Tageszeitung in Abhängigkeit der experimentellen Bedingung (Kontrollgruppe, Quellen-Prime Gruppe)**

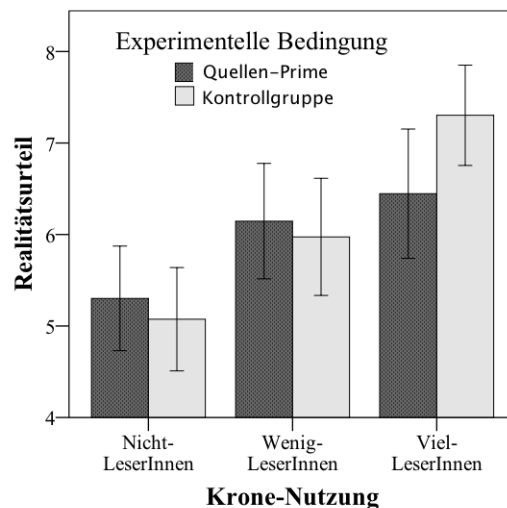
Prädiktor	Experimentelle Bedingung			
	Kontroll- gruppe		Quellen-Prime Gruppe	Differenz der Beta-Gewichte
	$\Delta R^2$	$\beta$	$\Delta R^2$	$z^b$
Schritt 1	.08**		.01	
<i>Drittvariablen<sup>a</sup></i>				
Schritt 2	.05**		.02*	
<i>Krone-Nutzung</i>		<b>.23**</b>	<b>.13*</b>	1.05
Total $R^2$	.13**		.03	
<i>N</i>	250		251	

<sup>a</sup> Kontrolliert wurden Alter, Geschlecht und Bildung. <sup>b</sup> Die Differenz der Beta-Gewichte wurde Paternoster et al. (1998) folgend getestet.

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

Um diese Hypothese jedoch genauer untersuchen zu können, wurde das Sample hinsichtlich der Krone-Nutzungshäufigkeit in drei Gruppen klassifiziert.<sup>30</sup> Wenn nun die drei Gruppen der NichtleserInnen, der WenigleserInnen (1-3 Tage pro Woche) und VielleserInnen (4-7 Tage pro Woche) betrachtet werden, dann zeigt sich eine interessante Spezifizierung der ursprünglichen Hypothese: Wie Abbildung 8 zeigt, hat der Quellen-Prime nur in der Gruppe der VielleserInnen einen hypotesenkonformen (reduzierenden) Effekt. Nur in dieser Gruppe unterscheiden sich die Kontrollgruppe ( $M = 7.30$ ,  $SD = 2.23$ ) und die Priming-Gruppe ( $M = 6.45$ ,  $SD = 2.64$ ) signifikant,  $t(120) = 1.94$ ,  $d = 0.35$ ,  $p = .03$ . Der Effekt ist jedoch äußerst klein.

<sup>30</sup> Das ist in der Kultivierungsforschung eine übliche Strategie (vgl. Shanahan & Morgan, 1999). Es ist das Ziel drei möglichst gleich große Gruppen zu bilden. Nur die NichtleserInnen-Gruppe ist per definitionem vom Sample abhängig.



**Abbildung 8. Moderierender Einfluss eines Quellen-Primes in Abhängigkeit der Nutzungshäufigkeit.** Die Fehlerbalken repräsentieren den Standardfehler. Der Quellen-Prime zeigt nur unter VielleserInnen einen reduzierenden Effekt: Befindet sich die Kontrollgruppe bei den NichtleserInnen und WenigleserInnen leicht unter der Quellen-Prime Bedingung, so überragt die Kontrollgruppe signifikant (einseitig getestet, vgl. Text) die Quellen-Prime Bedingung. Vergleicht man die NichtleserInnen und die VielleserInnen in der Kontrollgruppe, so zeigt sich ein beachtlicher Unterschied im Hinblick auf die Mittelwerte: Beide Gruppen unterscheiden sich über 2 Skalenpunkte (auf einer nur 9-stelligen Skale!). Die Kontrollgruppe gibt den „typischen“ Kultivierungseffekt an – hier ausgedrückt als Mittelwertunterschied.

## Diskussion

Es konnte gezeigt werden, dass ein Quellen-Prime scheinbar eine schwache reduzierende moderierende Rolle bezüglich des Kultivierungseffektes einnimmt. Dies trifft allerdings nur auf die Gruppe der VielleserInnen zu. Es ist nicht klar, warum der Quellen-Prime nur unter VielleserInnen einen Effekt zeigt. Folgende mögliche Erklärungsansätze werden zur Diskussion gestellt:

- *Source-Discount Hypothese.* Wie bereits erläutert, gehen Shrum und Kollegen (1998) davon aus, dass Personen im „typischen“ Modus der Urteilsbildung nicht die Quelle der Erinnerung berücksichtigen. Dadurch können im „typischen“ Modus auch Erinnerungen aus als irrelevant erachteten Quellen in das Urteil einfließen. Diese Erklärung mag für den (fiktiven) TV-Kultivierungskontext zutreffen, sollte jedoch für den (faktualen) TZ-Kontext hinterfragt werden (vgl. Kapitel 2.3.2.2). Um den in Studie 3 erhaltenen Befund erklären zu können, müssten VielleserInnen die Erinnerungen aus der Krone als irrelevanter einstufen als

WenigleserInnen. Im TZ-Kontext kann die Irrelevanz (= niedrige Bereitschaft Erinnerungen aus dieser Quelle zu verwenden) mit der attribuierten Glaubwürdigkeit operationalisiert werden. Dies wurde bereits in Vorstudien (Arendt, 2008, 2009, 2010) getan.<sup>31</sup> In den Daten dieser Studien zeigt sich jedoch, dass die Glaubwürdigkeit der Krone mit der Krone-Nutzungshäufigkeit positiv korreliert. Nach dieser Hypothese sollte der Quellen-Prime innerhalb von WenigleserInnen einen stärkeren Effekt haben, da diese der Krone eine geringere Glaubwürdigkeit zuweisen.<sup>32</sup> Genau das Gegenteil wurde in Studie 3 gefunden.

- *Adjustment Hypothese.* Die Source-Discount Hypothese geht davon aus, dass Erinnerungen aus als irrelevant erachteten Quellen nicht verwendet werden (wenn die Quelle berücksichtigt wird). Die Adjustment-Hypothese sagt voraus, dass Erinnerungen aus unreliaablen Quellen zunächst für die Bildung eines *groben* Urteils verwendet werden. Dieses grobe Urteil wird jedoch um den angenommenen Einfluss von irrelevanter Information (z.B. aus unglaubwürdigen Quellen) *korrigiert*. Da VielleserInnen richtigerweise annehmen, dass sie mehr lesen als WenigleserInnen, nehmen sie einen größeren Einfluss war, und sollten daher ihr Urteil stärker nach unten korrigieren. Diese Erklärung kann die Befunde von Studie 3 erklären. Shrum et al. (1998) testeten diese Erklärung für den TV-Kontext, konnten diese Hypothese jedoch nicht bestätigen: Es konnte keine unterstützende empirische Evidenz für einen Adjustierungsprozess nachgewiesen werden. Eine Prüfung innerhalb des TZ-Kontexts steht jedoch noch aus.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Die Glaubwürdigkeit der Krone wurde mit Hilfe der *news credibility scale* von Gaziano und McGrath (1986) erhoben.

<sup>32</sup> In diesen zitierten Studien sind die VielleserInnen (4 - 7 Tage pro Woche) schlecht vertreten. Folglich kann durch das Finden einer positiven Korrelation nur vermutet werden, dass VielleserInnen die Krone glaubwürdiger einschätzen als WenigleserInnen.

<sup>33</sup> Hier könnte auch mit dem Third-Person Effekt (vgl. Perloff, 2009) argumentiert werden: Das Urteil wird deswegen korrigiert, damit die Sicht dass „die anderen beeinflusst werden, man selbst jedoch nicht“ aufrechterhalten werden kann. Der Krone wird generell ein starker Einfluss zugeschrieben (Plasser & Seeber, 2010). Die bloße Erwähnung von Medien könnte einen allgemeinen „Medien“-Quellen-Konzeptknoten aktivieren, der zu dieser „Third Person“-Korrektur des Urteils führt.

- *Need for accuracy Hypothese.* Diese Hypothese ist noch nicht in der Kultivierungsforschung dokumentiert. Sie stellt somit einen reinen post-hoc Erklärungsversuch dar. Es wird angenommen, dass Individuen ein Bedürfnis haben, ein akkurates Urteil zu bilden. Diese Hypothese bestreitet nicht unterschiedliche Urteilsbildungsarten (heuristisch, systematisch), jedoch geht sie davon aus, dass wenn ein Cue darauf hinweist, dass das Urteil suboptimal in Hinblick auf den gewünschten Grad an Elaboration ist, zusätzliche Information aus dem Gedächtnis abgerufen wird. Ein Quellen-Prime macht nun für viellesende Individuen salient, dass sie ihr Urteil größtenteils auf der Basis von Erinnerungen aus einer Quelle gebildet haben. Folglich sollten VielleserInnen mehr zusätzliche Erinnerungen abrufen. Bei WenigleserInnen sollte der gleiche Mechanismus arbeiten, jedoch in einem geringeren Ausmaß. Diese Erklärung kann den Quellen-Prime Effekt in der Gruppe der VielleserInnen erklären, jedoch nicht die Abwesenheit eines Quellen-Prime Effektes in der Gruppe der WenigleserInnen.
- *No causal effect Hypothese.* Da der moderierende Effekt eines Quellen-Primes die Sicherheit in der Interpretation der kausalen Richtung der Querschnittszusammenhänge erhöht<sup>34</sup>, könnte die Abwesenheit eines Quellen-Prime Effekts auf eine „Scheinkorrelation“ zwischen NichtleserInnen und WenigleserInnen hinweisen: Unberücksichtigte Drittvariablen könnten den Zusammenhang erklären. Sollte diese Vermutung stimmen, dann hätte die Nutzung der Tageszeitung nur ab der Gruppe der VielleserInnen einen kausalen Einfluss. Nachdem jedoch in Studie 2 ein kausaler Effekt im Laborexperiment nachgewiesen werden konnte, erscheint diese Hypothese in ihrer Erklärungskraft herabgesetzt. Zudem wurden Drittvariablen kontrolliert. Ausschließen kann man diese Erklärung jedoch nicht.
- *Source-Activation Hypothese.* Es ist auch möglich, dass die Kontextinformation Quelle bei WenigseherInnen durch die geringere

---

<sup>34</sup> Käme die Erinnerung nicht von der Quelle (oder steht mit ihr in Verbindung), dann könnte ein Quellen-Prime keinen moderierenden Effekt haben (vgl. Shrum et al., 1998).

Häufigkeit der Rezeption schwächer abgespeichert ist und durch einen Quellen-Prime nicht ausreichend (lange) aktiviert werden kann. VielleserInnen haben durch die häufigeren Exposures den Konzeptknoten „Quelle“ (= Krone) zugänglicher und besser in bestehende Gedächtnisstrukturen integriert als WenigseherInnen. Daher hat ein Quellen-Prime in dieser Gruppe ein größeres Potential zu wirken (= diesen Konzeptknoten zu aktivieren). Diese Erklärung erscheint vor allem im Tageszeitungs-Kontext als erklärungs mächtig: Tageszeitungen berichten größtenteils über reale Fakten. Daher ist die Abspeicherung der Kontextinformation „Quelle“ nicht so eindeutig wie im (fiktiven) TV-Kontext: Wird im TV-Kontext die Unangemessenheit einer Kontextinformation „Quelle = fiktiv“ deutlich, so ist es im TZ-Kontext schon schwieriger zwischen der Kontextinformation „Quelle = Faktuales aus der Realität“ oder „Quelle = Faktuales aus der Krone“ zu unterscheiden (vgl. Kapitel 2.2.3). Diese Hypothese kann den Befund von Studie 3 erklären und steht nicht im Kontrast mit bisherigen Befunden innerhalb der Kultivierungsforschung. Sie erscheint daher vielversprechend.

Es ist nicht möglich auf Basis des Stands der Forschung eine entgeltliche Entscheidung für oder gegen die eine oder andere Hypothese zu treffen, jedoch erscheint die Source-Activation Hypothese vielversprechend: Sie erklärt den Befund vollständig und braucht keine aufwendigen Zusatzannahmen. Fakt ist, dass ein Quellen-Prime einen schwachen Effekt gezeigt hat. Folglich muss bei VielleserInnen die Quelle prinzipiell vorhanden sein. Der Umkehrschluss, dass diese bei WenigseherInnen prinzipiell nicht vorhanden ist, ist nicht möglich: Die Anwesenheit eines Quellen-Prime Effektes kann die Existenz beweisen. Die Abwesenheit eines solchen kann die Nicht-Existenz jedoch nicht beweisen. So könnte ein Quellen-Prime mit einer höheren Stimulusintensität im Stande sein einen Konzeptknoten mit sehr geringer Zugänglichkeit zu aktivieren (Stichwort Verfügbarkeit versus Zugänglichkeit, vgl. Kapitel 2.3.2.1). Zukünftige Studien werden hier mehr Klarheit schaffen müssen.



Es sollte jedoch auch erwähnt werden, dass in der TV-Kultivierungsforschung *nur* WenigseherInnen und VielseherInnen getestet werden konnten. Wie bereits in der Pionierphase der Kultivierungsforschung erkannt wurde, machen NichtseherInnen einen zu geringen Anteil am Gesamtsample aus (vgl. etwa Gerbner & Gross, 1976). Daher sind Aussagen auf Basis dieser geringen Samplegröße nur beschränkt möglich. Shrum's Befunde bauen daher auch vor allem auf dem Vergleich von Wenig- und VielseherInnen auf (Shrum, 2009). Wir wissen demnach nicht, ob ein Quellen-Prime nicht auch bei wenigsehenden TV-NutzerInnen einen reduzierenden Effekt hat. Shrum und KollegInnen konnten nur beweisen, dass der Quellen-Prime einen reduzierenden Effekt bei VielseherInnen *im Vergleich zu* WenigseherInnen hat. Im Rahmen von TZ-Kultivierungsstudien können NichtleserInnen aber sehr wohl betrachtet werden, weil diese Gruppe deutlich stärker repräsentiert ist als in der TV-Forschung. Zukünftige Studien, welche einen TZ-TV Vergleich anstreben, könnten diesen Befund als Ausgangspunkt verwenden.

## **Fazit**

In Bezug auf HPMN liefert Studie 3 wertvolle Erkenntnisse: Es scheint so, dass Erinnerungen aus Boulevard-Blättern (z.B. Krone) eine niedrige Bereitschaft zur Integration in ein Realitätsurteil besitzen (da der Quellen-Prime einen reduzierenden Effekt hatte). Zudem beweist der gefundene Quellen-Prime Effekt, dass zumindest bei Krone-VielleserInnen die Kontextinformation „Krone“ prinzipiell vorhanden ist und durch einen Quellen-Prime aktiviert werden kann. Zusätzlich kann auf Grund des Effektes eines Quellen-Primes angenommen werden, dass episodische Erinnerungen bei der Urteils konstruktion auf jeden Fall beteiligt sind.

Die Daten dieser Studie geben keine Auskunft darüber, ob (viel)lesende Individuen von selbst aus in der Lage sind, durch längeres Nachdenken einen (wie auch immer ablaufenden) Source-Discount durchzuführen. Dies untersuchte Studie 4.



## 3.2.2. Studie 4: Kultivierungseffekt in Abhängigkeit der Urteilsbildung

### Abstract

*Auch in Studie vier kam ein Web-Experiment mit zwei experimentellen Bedingungen zum Einsatz (N = 500, quotiert nach Alter [14-60], Geschlecht und Bundesland). Das Design orientierte sich an Studie 3. In Studie 4 wurde jedoch die Art der Urteilsbildung mit einem "accuracy motivation / task importance"-Treatment experimentell manipuliert. Es wurde untersucht, ob längeres Nachdenken über ein Realitätsurteil (= systematische Urteilsbildung) den Kultivierungseffekt analog zum TV-Kultivierungskontext reduziert. Die heuristische Bedingung zeigte einen Kultivierungseffekt, welcher in seiner Stärke vergleichbar mit dem Kultivierungseffekt der Kontrollgruppe aus Studie 3 ist. Somit dürfte der „typische“ Urteilsbildungsmodus auch im Tageszeitungskultivierungskontext heuristisch sein. Systematische(re) Urteilsbildung reduzierte den Kultivierungseffekt nicht, sondern verstärkte ihn (deskriptiv) sogar leicht. Folglich kann längeres Nachdenken über ein Realitätsurteil alleine den Kultivierungseffekt nicht reduzieren. Da in Studie 3 gezeigt werden konnte, dass die Berücksichtigung der Quelle den Kultivierungseffekt reduziert, kann angenommen werden, dass längeres Nachdenken alleine nicht zu einer Aktivierung der Kontexterinnerung „Quelle“ im Gedächtnis führt. Dies ist im TV-Kontext scheinbar anders. Womöglich ist der Grund der Unterschied im vermittelten Content (Fakt/Fiktion), welcher es bei Tageszeitungen erschwert die Quelle einer medialen Erinnerung zu aktivieren. Aus medienpädagogischer Perspektive ist entscheidend, dass betreffend sozial unerwünschter Phänomene (Vorurteile, Diskriminierung) längeres Nachdenken alleine nicht ausreicht, um einen (unerwünschten, negativen) Einfluss von der Berichterstattung zu reduzieren. Vielmehr müsste der mögliche Einfluss*

*von medialer Information immer mitgedacht werden. Dies könnte durch die Aufklärung über wissenschaftliche Erkenntnisse über den möglichen Einfluss von Tageszeitungen (z.B. der Krone) erreicht werden.*

Daten dieser Studie (gemeinsam mit Daten aus Studie 3) wurden auf der Jahrestagung der *International Communication Association* präsentiert (Phoenix, Arizona, 2012). Dieses Paper erhielt den “Top 3 Student Paper Award” der Mass Communication Division.

## Einleitung

Studie 4 untersuchte den Kultivierungseffekt in Abhängigkeit der Urteilsbildung: Ist der Kultivierungseffekt bei systematischer Urteilsbildung analog zum TV-Kontext reduziert? Innerhalb dieser Studie wurde experimentell die Art der Urteilsbildung manipuliert: Die heuristische Gruppe sollte “aus dem Bauch heraus” antworten (Instruktion zur heuristischen Urteilsbildung). In einer weiteren Versuchsgruppe wurde auf die große Bedeutung des Urteils hingewiesen (systematische Gruppe). Wenn nun die Effektgröße der Kontrollgruppe von Studie 3 mit der Effektgröße der heuristischen Gruppe von Studie 4 übereinstimmt, dann ist auch für den Tageszeitungskontext die Annahme erhärtet, dass die Kultivierungsurteile “typischerweise” heuristisch gefällt werden und mediale Erinnerungen hierfür verwendet werden. Die zentrale Frage bei Studie 4 ist aber, ob sich die systematische von der heuristischen Gruppe unterscheidet: Reduziert eine systematische Urteilsbildung auch im TZ-Kontext den Kultivierungseffekt? Hier kann auf Basis von HPMN jedoch keine Richtung des Effektes angegeben werden (vgl. Kapitel 2.3.2.2).

## Methode

Auch hier wurde ein web-experimentelles Design verwendet. Dieses Mal wurde die Art der Urteilsbildung manipuliert.

### ProbandInnen und Prozedur

500 Personen eines Quotensamples basierend auf Alter (14 - 60 Jahre), Geschlecht, und Bundesland wurden per Zufall auf eine von zwei Bedingungen zugeteilt: Auch dieses Sample wurde wie das Sample von Studie 3 bei einem kommerziellen Marktforschungsinstitut eingekauft.

Jedes Individuum erhielt zuerst die experimentelle Manipulation. Anschließend sollten die Individuen eine Einschätzung bezüglich des Anteils von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen abgeben. Nach dem Urteil wurde für den Manipulations-Check die Motivation zur Urteilsbildung abgefragt. Als letztes wurde die Nutzungshäufigkeit der Krone erhoben. Urteilslatenzen in Millisekunden wurden für den Manipulations-Check erhoben.

### **Manipulation der Urteilsbildung**

Es wurde der Manipulationsstrategie von Shrum (2001) gefolgt: Da die Kontrollgruppe von Studie 3 auch innerhalb von Studie 4 als Kontrollgruppe agieren kann, wurden nur die zwei anderen Gruppen experimentell erzeugt (vgl. zum Vorgehen Kapitel 2.2.2, Hypothese 4).

Die Individuen in der *heuristischen Gruppe* sollten “aus dem Bauch heraus”, also spontan urteilen. Die genaue Instruktion war wie folgend:

Auf der nächsten Seite werden Sie nach einer Einschätzung gefragt. Bitte geben Sie eine **spontane Einschätzung** ab, **ohne lange darüber nachzudenken**.  
Notieren Sie bitte ihr erstes „**Bauchgefühl**“!

Personen in der *systematischen Gruppe* sollten länger über das Urteil nachdenken. Sie erhielten, Shrum (2001) folgend, eine “accuracy motivation / task importance” – Manipulation:

Auf der nächsten Seite werden Sie nach einer Einschätzung gefragt. Bitte geben Sie ein **wohlüberlegtes Urteil** ab. **Nehmen Sie sich dafür Zeit**. Ihre Antwort wird mit den Antworten anderer Umfrageteilnehmer verglichen und auf ihre Richtigkeit beurteilt. Sie werden im Anschluss darüber befragt, wie Sie zu Ihrer Einschätzung gelangten.

## Variablen

*Nutzungshäufigkeit.* Die ProbandInnen wurden gefragt an wie vielen Tagen pro Woche sie die Krone lesen.

*Realitätsurteil.* Die gleiche Methode wie in Studie 3 wurde verwendet. Die TeilnehmerInnen wurden nach dem Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen gefragt: Sie hatten wieder die folgenden Antwortmöglichkeiten: “27, 29, 31, 33, 35, 37, 39, 41, 43”. Die erste Zahl, “27” (codiert als 1), repräsentiert die Realität (Indikator: offizielle Statistik). Die letzte Zahl, “43” (codiert als 9), repräsentiert am besten die “Krone-Welt” (Indikator: Inhaltsanalyse).

*Motivation zur Urteilsbildung.* Die TeilnehmerInnen wurden sofort nach der Urteileinschätzung gefragt, wie motiviert sie zur Urteilsbildung waren: “Bitte denken Sie nun an Ihr soeben getroffenes Urteil. Wie wichtig war es Ihnen bzw. wie motiviert waren Sie die richtige Antwort zu finden?”. Die ProbandInnen konnten auf einer 9-stelligen Skala von “überhaupt nicht motiviert” bis “sehr motiviert” antworten.

## Resultate

### Manipulations-Check

In einem ersten Schritt musste getestet werden, ob die Manipulation der Urteilsbildung erfolgreich war. Die systematische Gruppe sollte länger über das Urteil nachdenken (höhere Motivation und/oder Fähigkeit). Es wurde generellen Guidelines für Studien mit Reaktionszeit-Messungen gefolgt (Fazio, 1990): ProbandInnen mit extrem hohen Latenzen wurden aus dem Sample ausgeschlossen. Wenn ein Individuum generell langsam antwortete, dann wurde dieses im Sample belassen. Falls es erschien, dass die Person „eingeschlafen“ ist, wurde sie exkludiert. Dies wurde wegen der experimentellen Manipulation

durchgeführt: Wenn die Latenz zu lange ist, kann nicht sichergestellt werden, dass die Person wirklich länger nachgedacht hat und nicht eine Nebentätigkeit durchführte (z.B. Toilettengang). Das ist der nachteil von Web-Experimenten. Durch die Sichtung der Urteilslatenzen kann dieses Problem allerdings gut in den Griff bekommen werden.

Für den Manipulations-Check wurden beide experimentellen Bedingungen hinsichtlich des Unterschieds bei der Urteilslatenz (in Millisekunden) mit dem Mann-Whitney U-Test geprüft. Konsistent mit der Annahme, zeigte die systematische Gruppe (Median = 15467) einen mittleren Rang von 285.03 und die heuristische Gruppe (Median = 11987) einen signifikant geringeren mittleren Rang von 195.77,  $U = 17779$ ,  $z = 7.068$ ,  $p < .001$ . Auch die Messwerte der Motivations-Variable zeigen in die richtige Richtung, werden jedoch nicht signifikant,  $t(475) = 1.28$ ,  $d = 0.12$ ,  $p = .10$ . Da jedoch auch hier die systematische Gruppe ( $M = 7.52$ ,  $SD = 1.67$ ) tendenziell eine höhere Motivation angab als die heuristische Gruppe ( $M = 7.31$ ,  $SD = 1.85$ ), und die Urteilslatenzen klar in die richtige Richtung zeigen, kann die Manipulation der Art der Urteilsbildung als gelungen angesehen werden.

### **Moderierender Effekt der Art der Urteilsbildung**

Wie in Studie 3 wurde für jede experimentelle Bedingung eine hierarchische multiple Regression gerechnet. Es wurden im ersten Schritt die gleichen Kontrollvariablen wie in Studie 3 kontrolliert (Alter, Geschlecht, Bildung [Matura nein/ja]). In einem zweiten Schritt ging die Krone-Nutzungshäufigkeit in das Modell ein. Tabelle 4 zeigt die Koeffizienten. Die Nutzungshäufigkeit erklärt in der heuristischen Gruppe und in der systematischen Gruppe einen signifikanten Varianzanteil der Realitätseinschätzung. Beide Koeffizienten unterscheiden sich



Tabelle 4

**Hierarchische multiple Regression: Vorhersage des Realitätsurteils durch die Nutzungshäufigkeit der Tageszeitung in Abhängigkeit der experimentellen Bedingung (heuristische Gruppe, systematische Gruppe)**

Prädiktor	<i>Experimentelle Bedingung</i>		Differenz der Beta-Gewichte $z^b$
	<i>heuristisch</i>	<i>systematisch</i>	
	$\Delta R^2$	$\beta$	
Schritt 1	.01		.04*
<i>Drittvariablen</i> <sup>a</sup>			
Schritt 2	.07**		.13**
<i>Krone-Nutzung</i>		<b>.28**</b>	<b>.36**</b> -.61
Total $R^2$	.08**		.17**
$N$	231		221

<sup>a</sup> Kontrolliert wurden Alter, Geschlecht und Bildung. <sup>b</sup> Die Differenz zwischen den Beta-Gewichten wurde Paternoster et al. (1998) folgend getestet.

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

nicht signifikant von einander.<sup>35</sup> Das Beta-Gewicht in der systematischen Bedingung ist sogar etwas größer als das der heuristischen Gruppe. Folglich führte längeres Nachdenken über das Urteil nicht zu einem schwächeren Kultivierungseffekt wie in der TV-Kultivierungsforschung wiederholt dokumentiert wurde. Der Kultivierungseffekt ist sogar in der systematischen Bedingung (rein deskriptiv) leicht erhöht.

<sup>35</sup> Auch wenn der Effekt in *einem* statistischen Modell mit Hilfe eines Interaktionsterms (= Term der multiplizierten z-standardisierten Variablen *experimentelle Bedingung* und *Krone-Nutzung*) getestet wird, zeigt sich kein signifikanter Effekt,  $\beta = .02$ ,  $p = .59$ .

## Zusätzliche Analyse

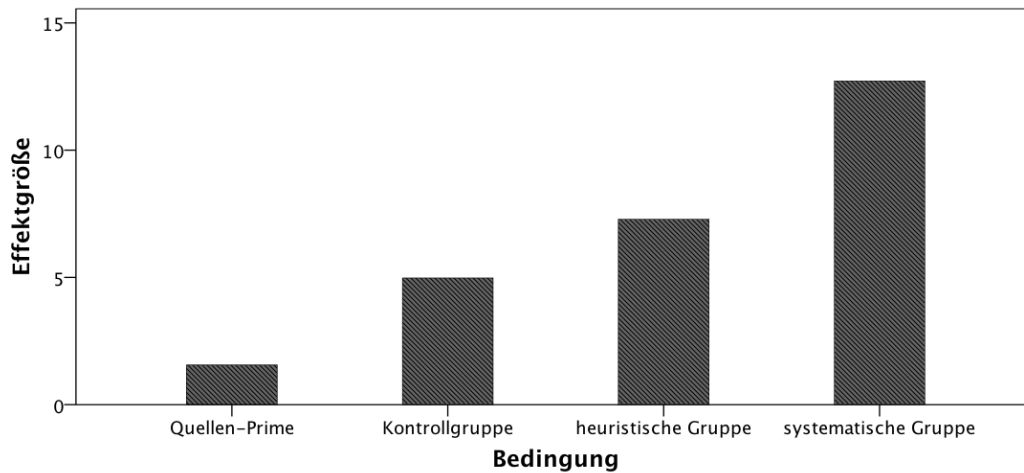
Vergleicht man nun die Kontrollgruppe aus Studie 3 mit der heuristischen Bedingung von Studie 4, so lässt sich kein signifikanter Unterschied hinsichtlich der Beta-Gewicht nachweisen. Abbildung 9 visualisiert die Effektgrößen der vier Versuchsgruppen aus Studie 3 und Studie 4. Auf der y-Achse ist die Effektgröße als Prozent der erklärten Varianz des Realitätsurteils ( $\Delta R^2$  des zweiten Schrittes im Regressionsmodell) abgetragen. Vergleicht man die systematische Gruppe mit der Kontrollgruppe, so zeigt sich ein statistischer Trend: Längeres Nachdenken führt tendenziell sogar zu einem stärkeren Effekt. Zusätzlich unterscheidet sich die systematische Gruppe signifikant von der Quellen-Prime Gruppe aus Studie 3.

Eine Auswertung mit Nicht-, Wenig-, und VielleserInnen (wie in Studie 3) hat keinen zusätzlichen Erklärungswert.

## Diskussion

Die Art der Urteilsbildung (Aktivierung der medialen Quelle im Gedächtnis der Individuen, längeres Nachdenken über das Urteil) hat den Befunden von Studie 3 und Studie 4 folgend vermutlich einen moderierenden Einfluss auf die Stärke des Kultivierungseffektes. Längeres Nachdenken alleine reduziert dabei *nicht* (wie im TV-Kontext) den Kultivierungseffekt, sondern verstärkt diesen (deskriptiv) sogar tendenziell. Einzig und allein die Aktivierung der medialen Quelle (Krone) im Gedächtnis reduzierte den Effekt, allerdings nur bei VielleserInnen (Studie 3).

Aus einer HPMN-Perspektive lässt sich dieser Befund wie folgt deuten: Wenn ein Quellen-Prime präsentiert wird, aktiviert er den Quelle-Konzeptknoten im assoziativen Netzwerk. Beim anschließenden Urteil ist noch eine Restaktivierung vorhanden. Dadurch ist die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Quelle der (zugänglichsten) medialen Erinnerungen erkannt wird. Dies erfolgt jedoch nur bei



**Abbildung 9. Effektgröße der Krone-Nutzung als Prozent der erklärten Varianz des Realitätsurteils ( $\Delta R^2$  des zweiten Schrittes im Regressionsmodell) des Kultivierungseffekts in Abhängigkeit der vier experimentellen Bedingungen aus Studien 3 und 4.** Der inferenzstatistische Vergleich zwischen den vier Gruppen zeigt folgendes: Kontrollgruppe (= KG, aus Studie 3) versus heuristische Gruppe,  $z = 0.56$ ,  $p = .29$ ; KG versus systematische Gruppe,  $z = 1.23$ ,  $p = .11$ ; Quellen-Prime versus systematische Gruppe,  $z = 2.25$ ,  $p = .01$ . Die anderen relevanten inferenzstatistischen Vergleiche sind den Tabellen 3 und 4 zu entnehmen. Die Differenz der Beta-Gewichte der Krone-Nutzung wurde Paternoster et al. (1998) folgend getestet.

VielleserInnen, da bei WenigleserInnen die Zugänglichkeit des Quellen-Konzeptknotens zu schwach ist, um länger (d.h. bis zum nächsten Urteil) aktiviert zu bleiben (= Source-Activation Hypothese, vgl. Kapitel 3.2.1). Wird länger über das Realitätsurteil nachgedacht, ohne durch einen externen Stimulus die Krone als Quelle-Konzeptknoten zu aktivieren, werden tendenziell nur eine größere Anzahl von Erinnerungen abgerufen. Anscheinend ist die Kontextinformation Quelle nicht so ohne weiters durch alleinige intrinsische Motivation zum längeren Nachdenken abrufbar (geringe Motivation und/oder geringe Fähigkeit zum Quellenabruf). Durch die größere Anzahl an abgerufenen Erinnerungen, die anscheinend bei VielleserInnen wiederum vermehrt aus der Krone stammen, erhöht sich sogar der Effekt tendenziell (und sinkt auf jeden Fall nicht wie im TV-Zusammenhang).

In Studie 3 konnte gezeigt werden, dass die Berücksichtigung der Quelle den Kultivierungseffekt für VielleserInnen reduziert. Aufbauend auf diesem Befund kann angenommen werden, dass längeres Nachdenken alleine nicht zu einer Aktivierung der Kontexterinnerung „Quelle“ im Gedächtnis führt. Dies ist im TV-Kontext scheinbar anders. Womöglich ist der Grund der Unterschied im

vermittelten Content (Fakt/Fiktion), welche es bei Tageszeitungen erschwert die Quelle einer medialen Erinnerung zu aktivieren. Aus medienpädagogischer Perspektive ist entscheidend, dass betreffend sozial unerwünschter Phänomene (Vorurteile, Diskriminierung) längeres Nachdenken alleine nicht ausreicht, um einen (unerwünschten, negativen) Einfluss von der (stereotypen) Berichterstattung zu reduzieren. Vielmehr müsste der mögliche Einfluss von medialer Information immer mitgedacht werden. Dies könnte durch die Aufklärung über wissenschaftliche Erkenntnisse über den möglichen Einfluss von Tageszeitungen (z.B. der Krone) erreicht werden: Der mögliche Einfluss von Medien sollte „chronisch zugänglich“ gemacht werden und gegen den „Third Person Effekt“, (vgl. Perloff, 2009) angekämpft werden: Menschen zeigen generell die Tendenz den Einfluss von Medien auf andere (engl.: „third persons“) stärker einzuschätzen: „Zwar werden die anderen von Medien beeinflusst, ich aber weniger“. Diese Third-Person Wahrnehmung steht in Konflikt mit einer Reduktion des (negativen) Kultivierungseffektes auf eine stereotype Weltsicht: Wenn ich denke, dass ich nicht beeinflusst werde, besteht für mich keine Notwendigkeit meine Urteile zu korrigieren bzw. zu überdenken (z.B. den möglichen Einfluss von Medien mitzudenken). Im Nachwort zu dieser Arbeit (Kapitel 6) wird auf die gesellschaftspolitische Relevanz dieser Arbeit in Bezug auf diesen Aspekt näher eingegangen.

Nun sollen diese Befunde und die in den anderen Studien dokumentierten Ergebnisse abschließend im Hinblick auf ihre Bedeutung für CEEM, HPMN und die Kultivierungsforschung diskutiert werden.

# 4. Diskussion

Im Rahmen des Dissertationsprojektes wurden aus der bestehenden Forschung zwei theoretische Modelle abgeleitet. Das erste Modell, CEEM, versucht den Prozess zwischen einem einzelnen Exposure und kumulativen Exposure unter Rückgriff auf Forschungsergebnisse der Priming- und der Kultivierungsforschung zu erklären. Das zweite Modell, HPMN, versucht Prozesse, die während der Urteilsbildung relevant sind unter Rückgriff auf ein im TV-Kultivierungskontext gut untersuchtes Modell (Shrum's heuristisches Prozessmodell) zu erklären. Die Trennung in zwei Modelle erschien von Vorteil, da beide Modelle unterschiedliche Phasen des Kultivierungseffektes beschreiben.

In vier Studien wurden zentrale Modellannahmen getestet. Auf die zentralen Ergebnisse wird innerhalb dieses Diskussions-Teils in Kapitel 4.1 genauer eingegangen. Im Anschluss wird das empirische Vorgehen einer Kritik unterzogen und Schwachstellen der Untersuchungsdesigns besprochen (Kapitel 4.2). Nachdem die Limitationen besprochen wurden, wird auf die Bedeutung der dokumentierten empirischen Evidenz für CEEM, HPMN und die Kultivierungsforschung eingegangen, um mit einer abschließenden Bewertung zu schließen (Kapitel 4.3).

## 4.1. Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse

Damit die zentralen Ergebnisse der vier durchgeführten Studien auf einen Blick einsehbar sind, wurden für jede Studie die Ziele der Untersuchung, die Methode und die zentralen Ergebnisse in Tabelle 5 festgehalten. Um zu viel Redundanz zu vermeiden, sollen an dieser Stelle die in dieser Tabelle dokumentierten Befunde nicht reproduziert werden. Vielmehr soll ein Überblick über den gesamten TZ-Kultivierungsprozess gegeben werden, so wie sich dieser durch die Linse der vier empirischen Studien am Beispiel der Kronen Zeitung nun zeigt:

Das, was ein Individuum liest, hat Bedeutung für dessen subjektive Konstruktion der sozialen Wirklichkeit. Es konnte gezeigt werden, dass die Art der medialen Verpackung eines Ereignisses (= Überrepräsentation von Personen aus dem Ausland als Kriminelle) eine Auswirkung auf den kurzfristigen Priming-Effekt auf die Realitätseinschätzungen (= von LeserInnen eingeschätzter prozentueller Anteil von Personen aus dem Ausland an allen Kriminellen) und die Stärke der automatischen Assoziation im Gedächtnis der LeserInnen (zwischen den Konzeptknoten „Ausland“ und „kriminell“) hat. Emotionalisierte Texte scheinen eine höhere Stimulusintensität zu besitzen. Dies ist vermutlich vor allem auf die Faktoren (1) Häufigkeit der Konzept-Präsentation (Frequency-Faktor) und (2) die Lebhaftigkeit der Darstellung (Vividness-Faktor) zurückzuführen. Weiters hat die attribuierte Text-Glaubwürdigkeit einen moderierenden Einfluss auf den kurzfristigen Effekt bezüglich des Realitätsurteils erster Ordnung: Eine niedrige Glaubwürdigkeitszuschreibung reduziert den kurzfristigen Treatmenteffekt.

Tabelle 5

## Zusammenfassung der Ergebnisse der vier empirischen Studien

**Modell-Kultivierungseffekt**, an welchem CEEM- und HPMN-Hypothesen untersucht wurden: Die österreichische Boulevardzeitung *Kronen Zeitung* überrepräsentiert Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen. Konsistent mit der Kultivierungshypothese überschätzen diejenigen, welche die Kronen Zeitung häufiger lesen, den realen Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen (Arendt, 2010).

<u>Ziele der Untersuchung</u>	<u>Methode</u>	<u>Zentrale Ergebnisse</u>	
<b>Studie 1</b>	<p>Überprüfung von CEEM-Hypothesen (Wie kommt es von einem kurzfristigen Priming-Effekt zu einem langfristigen Kultivierungseffekt?): kurzfristiger Treatmenteffekt, negativ beschleunigter Abfall, Effektresiduum, Vergleich NichtleserInnen und LeserInnen (temporäre und chronische Quellen der Zugänglichkeit), moderierende Rolle von Coping-Stil (Angstbewältigung: Vigilanz) in Bezug auf den Abfall.</p>	<p>Web-Experiment mit Messwiederholung, <math>N = 465</math>, Studierende, zweifaktorielles Design: 2 (Zeitungstexte, in denen Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert sind, Treatment: Nationalität genannt oder nicht) x 4 (zeitliche Verzögerung der Post-Messung: 3 Minuten, 16 Minuten, 1 Tag, 2 Tage).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzfristiger Effekt nachgewiesen: Diejenigen, welche die verzerrten Texte gelesen haben, tendierten dazu den Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen höher einzuschätzen.</li> <li>• Der Abfall des Treatmenteffektes war negativ beschleunigt, d.h. anfänglich schnell, dann langsamer.</li> <li>• Es blieb ein Effektresiduum nach zwei Tagen übrig.</li> <li>• Der Treatmenteffekt unmittelbar nach dem Lesen der Texte war bei NichtleserInnen und LeserInnen gleich (= additive Wirkung von temporären und chronischen Quellen der Zugänglichkeit).</li> <li>• Der Abfall war bei LeserInnen zuerst langsamer, dafür verweilten NichtleserInnen anschließend auf einem etwas höheren residualen Niveau.</li> <li>• Diejenigen, welche tendenziell Gefahrenreize aufsuchen (= vigilante Personen) zeigten tendenziell einen schwächeren Abfall.</li> </ul>
<b>Studie 2</b>	<p>Überprüfung von CEEM-Hypothesen: Kurzfristiger (Priming-) und langfristiger (Kultivierungs-) Effekt auf die Realitätseinschätzung und die Stärke der automatischen Assoziation zwischen den Konzeptknoten „Ausland“ und „kriminell“ im Gedächtnis der LeserInnen, moderierende Rolle von Stimulusintensität (Emotionalisierung der Texte), Arousal und Text-Glaubwürdigkeit in Bezug auf den kurzfristigen Treatmenteffekt.</p>	<p>Laborexperiment, <math>N = 85</math>, Studierende, einfaktorielles Design: Zeitungstexte, in denen Personen aus dem Ausland als tatverdächtige Personen überrepräsentiert sind (Kontrollgruppe: Nationalität nicht genannt, Versuchsgruppe 1: gleichen Texte mit genannter Nationalität, Versuchsgruppe 2: emotionalisierte Texte mit genannter Nationalität), Messung der Herzratenvariabilität als Indikator für unspezifische emotionale Reaktionen während dem Lesen, die Stärke der automatischen Assoziation zwischen „Ausland“ und „kriminell“ wurde mit dem Impliziten Assoziationstest gemessen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzfristiger Effekt auf die Realitätseinschätzung nachgewiesen.</li> <li>• Nur emotionalisierte Texte produzierten einen signifikanten kurzfristigen Treatmenteffekt auf die Stärke der automatischen Assoziation. Folglich scheint eine gewisse Stimulusintensität notwendig zu sein, um den Effekt-Threshold auf dieser Ebene zu überwinden.</li> <li>• Ein langfristiger Kultivierungseffekt konnte in Bezug auf die Stärke der automatischen Assoziation nachgewiesen werden (= implizite Kultivierung), jedoch nicht auf die Anteilseinschätzung (Kultivierung erster Ordnung).</li> <li>• Es gab nur extreme WenigleserInnen im Sample (1 Tag Nutzung/Woche). Es scheint so, dass ein Tag Nutzung pro Woche zu wenig für einen Kultivierungseffekt erster Ordnung ist, jedoch genug für einen impliziten Kultivierungseffekt auf die Stärke der automatischen Assoziation.</li> <li>• Arousal war kein signifikanter Moderator.</li> <li>• Die den gelesenen Texten zugeschriebene Glaubwürdigkeit moderierte den kurzfristigen Treatmenteffekt auf die Anteilseinschätzungen, jedoch nicht den kurzfristigen Effekt auf die Stärke der automatischen Assoziation. Es scheint so, als würde der implizite Effekt relativ unabhängig von propositionalem Denken (z.B., Gegenargumentieren) sein.</li> </ul>

### Studie 3

Überprüfung von HPMN (Variablen während der Urteilsbildung): Moderierender Einfluss eines Quellen-Primes auf den Kultivierungseffekt.

Web-Experiment,  $N = 501$ , quotiert nach Alter (14-59 Jahre), Geschlecht, Bildung und Bundesland. Einfaktorielles Design: Kontrollgruppe und Priming-Gruppe (erhielt einen Krone-Prime unmittelbar vor der Bildung des Realitätsurteils)

- Der Quellen-Prime zeigte einen schwachen, reduzierenden Einfluss auf die Stärke des Kultivierungseffektes, jedoch nur bei VielleserInnen.
- Zumindest VielleserInnen können noch auf die Kontextinformation „Quelle“ im Gedächtnis zugreifen, wenn ein Quellen-Prime diese unmittelbar vorher aktiviert hat.
- Quellen-Information ist zumindest bei VielleserInnen noch im Gedächtnis vorhanden
- Realitätsurteil ist durch episodische Erinnerungen (mit)beeinflusst.

---

### Studie 4

Überprüfung von HPMN (Variablen während der Urteilsbildung): Moderierender Einfluss der Art der Urteilsbildung (heuristisch/systematisch) auf den Kultivierungseffekt.

Web-Experiment,  $N = 500$ , quotiert nach Alter (14-60 Jahre), Geschlecht und Bundesland. Einfaktorielles Design: Manipulation der Urteilsbildung (heuristisch oder systematisch)

- Die heuristische Gruppe von Studie 4 unterschied sich nicht von der Kontrollgruppe von Studie 3. Somit scheint der „typische“ Modus der Urteilsbildung von Kultivierungsurteilen (analog zur TV-Kultivierung) heuristisch zu sein.
- Anders als im TV-Kontext zeigte eine systematische Urteilsbildung keinen reduzierenden Effekt. Hier scheint die Quelle nicht aktiviert worden zu sein.
- Reines Nachdenken kann den (negativen) Einfluss von Tageszeitungen (Stichwort Stereotypisierung, Vorurteile) scheinbar nicht reduzieren. Es muss vermutlich der potentielle Einfluss von Medien bei Urteilen – etwa über Angehörige einer sozialen Kategorie (z.B. Personen aus dem Ausland) - „mitgedacht“ werden, damit der Kultivierungseffekt reduziert wird.

---

Der kurzfristige Effekt auf Kultivierungsurteile erster Ordnung hat einen negativ beschleunigten Abfall: Der Decay erfolgt anfangs schneller, bis er sich langsam mit zunehmender zeitlicher Verzögerung asymptotisch bei einer residualen Effektgröße einpendelt. Diese liegt knapp unter dem langfristigen Niveau des Kultivierungseffektes. VielleserInnen der Krone zeigen auch eine Viertelstunde nach dem Lesen der verzerrten Texte ein starkes Effektniveau, fallen jedoch anschließend relativ rasch auf ihre Baseline zurück. NichtleserInnen der Krone zeigen kurz nach dem Lesen der verzerrten Texte einen stärkeren Abfall als LeserInnen, verbleiben im Anschluss allerdings auf einem höheren residualen Niveau. Zusätzlich zeigen diejenigen, welche eine Neigung haben bedrohliche Informationen verstärkt aufzusuchen, um in zukünftigen Situation angemessen



reagieren zu können (= Moderator Vigilanz), einen schwächeren Abfall des kurzfristigen Effektes des Lesens der verzerrten Texte und somit eine höhere residuale Effektgröße.

VielleseInnen der Krone geben eine höhere Anteilseinschätzung ab als Nicht- oder WenigleseInnen (= Kultivierungseffekt). Wird jedoch der Konzeptknoten „Krone“ im Gedächtnis der VielleseInnen aktiviert (z.B. durch einen Quellen-Prime), dann reduziert dies den Kultivierungseffekt. Es besteht somit keine (oder nur eine geringe) Bereitschaft Erinnerungen aus dieser anscheinend als unreliabel erachteten Quelle für ein Realitätsurteil zu nutzen. Der Effekt eines Quellen-Primes zeigt weiters, dass Gedächtnisspuren der Krone als Quelle von mit dem Urteil in Zusammenhang stehenden Erinnerungen abgespeichert sind.

Ein weiterer etwas ernüchternder Befund ist die Evidenz, dass längeres Nachdenken über das Realitätsurteil scheinbar nicht zu einer Reduktion des TZ-Kultivierungseffektes beitragen kann. Anscheinend sind auch VielleseInnen nicht in der Lage von sich aus durch bloßes längeres Nachdenken die Kontexterinnerung „Krone“ zu aktivieren. Die Abspeicherung der Krone als Kontexterinnerung dürfte derart schwach erfolgen (oder mit anderen Kontexterinnerungen interferieren), dass dieser Konzeptknoten nur durch einen externen Reiz (Krone-Prime) aktiviert werden kann. Es ist jedoch anzunehmen, dass auch ein „innerer“ Krone-Prime (= beim längeren Nachdenken bewusst an den möglichen Einfluss von Medien [bzw. der Krone] zu denken) einen ähnlichen reduzierenden Effekt zeigen kann, wie der Quellen-Prime Stimulus, welcher in Studie 3 verwendet wurde.

Medienpädagogisch und gesellschaftspolitisch relevant ist dieser Befund, da ein medienkompetentes Publikum nicht nur länger über ein (vorschnell negatives) Urteil über Angehörige einer sozialen Kategorie nachdenken sollte (einige Stichwörter: Stereotypisierung, Vorurteile, Diskriminierung von Angehörigen einer Minderheit), sondern auch immer den möglichen Einfluss von Medien auf dieses Urteil mitdenken sollten. Längeres Nachdenken alleine hilft scheinbar nicht. Es verstärkt tendenziell sogar den Einfluss der verzerrten TZ-Berichterstattung. Hingegen das „Mitdenken von Medien“ könnte als eine Art

interner Quellen-Prime agieren und den Einfluss einer verzerrten Berichterstattung abschwächen (vgl. Shrum et al., 1998). Aus medienpädagogischer Sicht sollte daher gegen die Third-Person-Effekt Wahrnehmung („Die anderen werden beeinflusst, ich aber nicht“, vgl. Perloff, 2009) vorgegangen werden und die relevanten Medien (z.B. Kronen Zeitung) im Kontext von Urteilen gegenüber Angehörigen einer sozialen Kategorie „chronisch zugänglich“ gemacht werden. Das könnte erzwingen, dass die Kontextinformation „Krone“ bei Urteilen oder Verhaltensweisen, welche im Zusammenhang mit den (verzerrten) medialen Erinnerungen stehen, immer mit einfließen. Dieser Aspekt wird im Nachwort noch einmal aufgegriffen (Kapitel 5).

## 4.2. Kritik am empirischen Vorgehen

In den Einzelstudien, welche in Kapitel 3 dokumentiert sind, wurde im jeweiligen Diskussionsteil bereits auf Schwächen der empirischen Vorgehensweise eingegangen. Diese Punkte sollen nun nicht wiederholt werden. Vielmehr soll ein umfangreicherer Blick das empirische Vorgehen des *gesamten* Forschungsprojektes kritisch hinterfragen.

Ein wichtiger Punkt ist der verwendete **Modell-Kultivierungseffekt**: Eine spezifische Tageszeitung überrepräsentiert Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen. Konsistent mit der Kultivierungshypothese schätzen VielleserInnen den realen Anteil dieser sozialen Kategorie auch höher ein. Dieser für den österreichischen Kontext bereits dokumentierte Kultivierungseffekt (Arendt, 2010) wurde zum Ausgangspunkt für das Dissertationsprojekt.

Kultivierung wurde folglich immer nur mit einer Frage als abhängiger Variable gemessen. Meistens wurde innerhalb der Kultivierungsforschung so vorgegangen, dass aus einer Reihe an Items eine (mehr oder weniger reliable) Skala konstruiert wurde (vgl. z.B. die Arbeiten von Shrum, Kapitel 2.2.2). Dies hat den Vorteil, dass gewisse Messfehler „ausgemittelt“ werden (zumindest nach den Annahmen der klassischen Testtheorie). Bei der Verwendung von nur einem Item könnten etwa die kurzzeitige gedankliche Abwesenheit oder andere (situative) Faktoren einen stärkeren Messfehler produzieren. Es gibt jedoch gute Gründe, warum die **Ein-Item Methode** trotz dieses Nachteils angewendet wurde:

1. Für diesen Kultivierungseffekt ist ausreichend inhaltsanalytische Evidenz vorhanden. Dies fehlt oft in den Studien, in welchen das Mehr-Item Vorgehen gewählt wurde. Folglich ist die Kopplung der Krone-Welt an die „wirkliche Wirklichkeit“ eindeutig möglich. Es ist leider zu wenig

zusätzliche inhaltsanalytische Evidenz für den österreichischen TZ-Kontext vorhanden, um mehrere evidenzbasierte Items erster Ordnung konstruieren zu können (vgl. das Best Practice Kriterium in Kapitel 2.1.2.2)

2. Auf Basis der Spreading Activation-Hypothese (vgl. Kapitel 2.3.2.1) lässt sich vermuten, dass die Konstruktion eines Realitätsurteils, auf welches die Krone wirkt (und daher im Gedächtnis assoziiert ist), die Zugänglichkeit der Kontextinformation „Krone“ erhöht. Folglich steigt in einem zweiten Realitätsurteil die Wahrscheinlichkeit, dass vermehrt Erinnerungen aus der Krone für das Urteil aktiviert werden. Dieses Phänomen wurde bereits bei Shapiro (1991) dokumentiert. Wenn nun dieses Phänomen empirisch bedeutsam zutrifft, dann überschätzt die Mehr-Item Methode den tatsächlichen Effekt, weil durch die wiederholte Messung von diversen Realitätsurteilen der Kultivierungseffekt nur durch die stärkere Berücksichtigung von Krone-Erinnerungen steigt. In diesem Kontext würde sich der Kultivierungseffekt in gewisser Weise „aufschaukeln“ (vgl. den Methoden-Teil von Studie 1, Kapitel 3.1.2).
3. Ein-Item Measures werden erfolgreich innerhalb der impliziten sozialen Kognitionsforschung verwendet (Hofmann, 2005).
4. In Voruntersuchungen konnte mit diesem Item ein reliabler Kultivierungseffekt nachgewiesen werden (Arendt, 2010).

Wie die Studien dieser Dissertation zeigen, „funktionierte“ dieses eine Item ausgezeichnet. Es war sensitiv gegenüber den experimentellen Manipulationen.

Es wurde zusätzlich auch dem Content-Specific Approach der Kultivierungsforschung (vgl. Kapitel 2.1.1.3.4) Rechnung getragen, indem die kultivierende Wirkung einer Tageszeitung untersucht wurde und nicht im „klassischen“ Gerbner’schen Sinn die kultivierende Wirkung aller Tageszeitungen. So unterscheiden sich vermutlich Boulevard- und Qualitätszeitungen oder eher liberal und eher konservativ ausgerichtete Blätter hinsichtlich für den Kultivierungseffekt relevanter Variablen. Es soll hier nicht wiederholt auf diese unterschiedlichen Perspektiven eingegangen werden. Die Unterscheidung Boulevard/Qualität führt jedoch zu einem weiteren

nennenswerten Punkt: Da Emotionalisierung ein bestimmendes Merkmal von Boulevard-Blättern ist und in Studie 2 gezeigt wurde, dass emotionalisierte Texte tendenziell einen stärkeren kurzfristigen Effekt produzieren, könnte angenommen werden, dass Boulevard-Tageszeitungen durch den höheren Grad an Emotionalisierung ein stärkeres Kultivierungsevozierendes Potential haben (= *Emotionalisierungs-Hypothese*). Ein Gegenspieler zur Emotionalisierung ist jedoch die attribuierte Text-Glaubwürdigkeit, welche bei spezifischen Qualitätszeitungen mit einer höher eingeschätzten Glaubwürdigkeit dazu führen könnte, dass der Effekt auf Realitätsurteile stärker ausfällt: In Studie 2 wurde gezeigt, dass die Text-Glaubwürdigkeit den kurzfristigen Treatment-Effekt auf das Realitätsurteil moderierte. Somit wäre diese *Glaubwürdigkeits-Hypothese* der Gegenspieler der Emotionalisierungs-Hypothese betreffend des moderierenden Einflusses der Variable Boulevard/Qualität. Folglich ist noch unklar, in welchem Ausmaß Qualitätszeitungen relativ zu Boulevardzeitungen einen Kultivierungseffekt produzieren. Dass auch Qualitätszeitungen einen Kultivierungseffekt produzieren, ist bereits empirisch dokumentiert (Bauer, 2005). Wenn man jedoch berücksichtigt, dass der Kontextknoten „Quelle“ im typischen Modus der Urteilsbildung nicht aktiviert wird, spielt die der gesamten Tageszeitung zugeschriebene Glaubwürdigkeit für das Kultivierungsurteil keine Rolle: Wenn die Krone im Rahmen der Urteilsbildung nicht berücksichtigt wird, spielt die attribuierte Krone-Glaubwürdigkeit vermutlich auch keine Rolle.

Außer – aber dies müsste empirisch erst untersucht werden – eine geringe Krone-Glaubwürdigkeit führt eher dazu, dass die Krone während der Urteilsbildung aktiviert wird. Dies würde (aus einer evolutionspsychologischen Perspektive, vgl. Buss, 2009) Sinn machen, weil dieser psychologische Mechanismus das Individuum davor bewahren würde inadäquate Urteile zu bilden. Wenn die Krone jedoch positiv bewertet wird, dann gibt es für den Organismus keinen Grund die Kontextquelle zu aktivieren, weil die mediale Erinnerung sowieso verwendet werden kann. Dieser Mechanismus spart auch Ressourcen (Energie und Zeit).

Natürlich ist aus methodischen Gründen der Kontext der Untersuchung auf **Österreich** beschränkt. Die Krone wird hauptsächlich in Österreich gelesen. Daher macht es nur Sinn in einem geografischen Kontext eine Befragung durchzuführen,

in welchem auch Krone-LeserInnen anzutreffen sind. Zukünftige Studien sollten die Ergebnisse der in dieser Publikation dokumentierten Studien in anderen Kontexten replizieren. Die Arbeitshypothese ist, dass generelle Muster (vgl. den Diskussionsteil von Studie 1 in Kapitel 3.1.1) gleich sind. So sollte etwa ein negativ beschleunigter Abfall des kurzfristigen Effektes überall beobachtbar sein.

Bei der Operationalisierung der zentralen abhängigen Variablen (Realitätsurteil) wurde darauf geachtet nicht den in vielen Kontexten eher negativ konnotierten Begriff „Ausländer“ zu verwenden. So wurde etwa beim IAT „Ausland“ als Kategorie verwendet und nicht „Ausländer“. Möglicherweise würde der Begriff „Ausländer“ bei VielleserInnen noch stärker negativ konnotierte Konzepte im Gedächtnis aktivieren und dadurch einen stärkeren Kultivierungseffekt produzieren. Die Wahl von „Ausland“ ist somit als „konservatives“ Vorgehen im Sinn der statistischen Theorie zu verstehen: Der Kultivierungseffekt würde (wenn überhaupt) in Bezug auf diesen methodischen Aspekt in den vorliegenden Untersuchungen vermutlich unterschätzt werden.

Wie ein beiläufig durchgeführtes [Methodenexperiment](#) zeigt, lässt die Veränderung der Antwortkategorien des Realitätsurteils (abgefragt in 10er Prozentschritten oder kontinuierlich mit den Endpunkten der Krone-Welt und der Realität, vgl. Unterschiede zwischen Studien 1, 2, 3 und 4) den Kultivierungseffekt nicht verschwinden. Ob die Formulierung der Antwortkategorien einen (schwachen) moderierenden Einfluss auf den Kultivierungseffekt hat, kann aus den Daten der vorliegenden Studien nicht abgeleitet werden (vgl. Rossmann, 2008).

Alle anderen wesentlichen methodischen Kritikpunkte wurden versucht in den einzelnen Diskussionsteilen der Einzelstudien anzusprechen. Es gibt jedoch noch einen weiteren Punkt, der nicht nur auf diese Studie zutrifft, sondern generell den meisten Kultivierungsstudien anhaftet: George Gerbner (vgl. Kapitel 2.1.1.1) sah den beunruhigsten Aspekt der Medien-„wirkung“ nicht im Wandel (z.B. von Einstellungen) sondern in der [Erhaltung des Status Quo](#) (Resistenz gegenüber Wandel/Neuem/Veränderung). Nun könnte argumentiert werden, dass wenn kein Wandel erfolgt sich dieser auch nicht in einer Mittelwertdifferenz bei

VielnutzerInnen manifestieren kann. Dies ist richtig solange man nur die VielnutzerInnen betrachtet. Bezieht man jedoch auch die Gruppe der Nicht- oder WenignutzerInnen in die Analyse mit ein, dann lässt sich sehr wohl auch die Abwesenheit eines Wandels innerhalb der Gruppe der VielnutzerInnen empirisch nachweisen: Werden etwa traditionelle Rollenbilder (Stichwort Sexismus) auf einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive „aufgeweicht“ (z.B. sinkt die Zustimmung zu den Statements „Frauen gehören hinter den Herd“ und „Männer müssen die Familie alleine ernähren“ im Gesamtsample über die Jahrzehnte). Dieser Abfall sollte sich jedoch stärker bei Nicht- oder WenignutzerInnen zeigen, wenn das Medium eher ein konservatives Rollenbild konsistent und kumulativ vermittelt. Im idealtypischen Fall lässt sich über die Jahre keine Veränderung in der Gruppe der VielnutzerInnen nachweisen, jedoch sinkt die Zustimmung zu diesen Statements bei Nicht- und WenignutzerInnen. Folglich „öffnet“ sich die Schere. Dies kann statistisch nachgewiesen werden (z.B. als signifikanter Interaktionseffekt im varianzanalytischen Design). So würde sich im Querschnitt eine signifikante Korrelation zwischen der Nutzungshäufigkeit des Mediums und der Skala zeigen, obwohl kein (!) Wandel bei VielnutzerInnen erfolgte und diese Gruppe folglich eine erhöhte Resistenz gegenüber Veränderung zeigt.

## 4.3. Bedeutung der empirischen Ergebnisse für CEEM und HPMN

*CEEM* wurde durch die in den Studien 1 und 2 gesammelte empirische Evidenz größtenteils bestätigt. Es soll nun hier ein Versuch unternommen werden das Gewicht der empirischen Evidenz zu beschreiben.

Das stärkste Gewicht an empirischer Evidenz können Studien 1, 2, 3, und 4 für die Präsenz eines kurzfristigen und eines langfristigen Effektes liefern. Menschen, die verzernte Zeitungstexte lasen, (1) überschätzten den Anteil der überrepräsentierten sozialen Kategorie und (2) die Stärke der automatischen Assoziation zwischen der sozialen Kategorie und dem verzerrt repräsentierten Attribut nahm zu. Zusätzlich zeigten Individuen, welche regelmäßig solche Texte lasen (Krone-LeserInnen), ebenfalls (1) eine „chronische“ Tendenz den Anteil zu überschätzen und (2) eine erhöhte automatische Assoziation.

Weiters erscheint es als relativ eindeutig, dass die kurzfristig erzielte Effektgröße im Experiment mit zunehmender zeitlicher Verzögerung rasch abfiel. Schon nach wenigen Minuten hatte diese ein residuales Niveau erreicht, welches sich als unter dem langfristigen erhöhten „chronischen“ Niveau darstellte. Interessant ist ebenfalls, dass Krone-LeserInnen und NichtleserInnen einen gleich großen Effekt unmittelbar nach erfolgtem Treatment zeigten. Zusätzlich moderierte Vigilanz den kurzfristigen Treatmenteffekt einen Tag nach der Zuwendung. Tendenziell konnte auch (deskriptiv) dokumentiert werden, dass LeserInnen einen langsameren Abfall kurz nach erfolgtem Treatment zeigten, jedoch anschließend einen rascheren Abfall an den Tag legten. Dieses Muster sollte jedoch in zukünftigen Arbeiten repliziert werden. Durch die verringerte Stichprobengröße innerhalb der Gruppen der NichtleserInnen und LeserInnen werden die Effektkoeffizienten instabil. In anderen Worten: Es scheint ziemlich eindeutig, dass ein negativ



beschleunigter Abfall erfolgte (hohes Gewicht an empirischer Evidenz). Die verschiedenen Verläufe bei NichtleserInnen und LeserInnen sind jedoch nicht mehr so eindeutig zu interpretieren (weniger Gewicht an empirischer Evidenz). Hier sollten zukünftige Arbeiten ansetzen.

Die aus *HPMN* abgeleiteten Hypothesen wurden in Studie 3 und 4 untersucht. Aber auch hier gilt die Einschränkung, welche bereits im vorigen Kapitel (4.2) angesprochen wurde: Ein Quellen-Prime hatte bei VielleserInnen eine (schwache) reduzierende Wirkung auf den Kultivierungseffekt. Somit wird die Krone – zumindest wenn man mit *HPMN* argumentiert – als inadequat für ein Realitätsurteil angesehen (= niedrige Bereitschaft Erinnerungen aus dieser Quelle zu verwenden). Bei Qualitätszeitungen könnte dies genau den umgekehrten Effekt zeigen: Wenn die Bereitschaft Erinnerungen aus einer Qualitätszeitung für ein Realitätsurteil zu verwenden hoch ist, dann sollte ein Quellen-Prime den Kultivierungseffekt sogar verstärken. Dies ist eine offene Frage und sollte in zukünftigen Studien untersucht werden. Möglich ist auch, dass Quellen-Primes mit einer stärkeren Stimulusintensität (z.B. großes farbiges Krone-Logo), einen Quellen-Prime Effekt verstärken: Vielleicht aktivieren diese stärkeren Primes den Krone-Konzeptknoten auch im Gedächtnis von WenigleserInnen. Der Quellen-Prime Effekt hat folglich ein sozusagen „mittelgroßes“ Gewicht an empirischer Evidenz. Ähnliches gilt für den Effekt der systematischen Urteilsbildung. Zukünftige Studien sollten überprüfen, ob sich der Kultivierungseffekt bei längerem Nachdenken erhöht.

Für zukünftige Forschungsarbeiten drängt sich die Frage nach dem Abfall des impliziten Effektes auf: Innerhalb des Dissertations-Projektes wurde der Verlauf des Effektes über die Zeit ausschließlich für offen geäußerte Kultivierungsurteile erster Ordnung untersucht. Es stellt sich nun die Frage, ob ein Medieneffekt auf implizite Stereotype (oder implizite Einstellungen) zeitlich länger (oder kürzer) überdauert. Auf diese Frage kann auf Basis der zurzeit vorhandenen empirischen Evidenz keine Antwort gegeben werden. Ein mögliches Untersuchungsdesign könnte sein, dass Studie 1 reproduziert wird und zusätzlich implizite Stereotype parallel zu den Kultivierungsurteilen erster Ordnung erhoben werden. Durch

dieses Vorgehen könnte man die Decay-Funktion getrennt für Effekte erster Ordnung und implizite Stereotype berechnen und auf Unterschied testen.

CEEM lässt es offen, welche Variablen den Effekt auf Realitätseinschätzungen moderieren. In der vorliegenden Arbeit wurde Vigilanz erhoben und deren moderierender Einfluss auf den kurzfristigen Effekt auf Realitätseinschätzungen getestet. Es wäre sehr wünschenswert, wenn zukünftige Studien die attribuierte Text-Glaubwürdigkeit experimentell manipulieren. Dieser Faktor scheint relevant zu sein (vgl. Studie 2). Hier drängt sich auch die Frage auf ab welchem Zeitpunkt die Quelle der Information nicht mehr mitgedacht wird: Im kurzfristigen Laborexperiment wird sie mitgedacht, weil sonst die attribuierte Text-Glaubwürdigkeit in Studie 2 keinen moderierenden Einfluss zeigen könnte. Im langfristigen Kultivierungskontext wird jedoch vermutet, dass attribuierte Text-Glaubwürdigkeit keinen Effekt hat: Die Quelle der Information wird nicht berücksichtigt. Folglich erscheint auch die Variable „Nicht-Berücksichtigung der Quelle“ als Prozess, der sich über die Zeit ändert. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Quelle nicht berücksichtigt wird, nimmt mit zunehmender zeitlicher Verzögerung zu. Die Frage ist in welchem zeitlichen Rahmen sich dieser Prozess vollzieht (Tage, Wochen, Monate). Auch diese Fragestellung würde sich für eine Folgestudie anbieten.

Weiters erscheinen Studien, die das Zusammenspiel von impliziten und expliziten Variablen untersuchen, als lohnenswert. Im vorliegenden Projekt wurde etwa der Medieneffekt auf implizite Stereotype *und* auf explizite Kriminalitätseinschätzungen untersucht; d.h. jede Ebene für sich. Die Studien untersuchten jedoch nicht das *Wechselspiel* von impliziten und expliziten Variablen. So erscheint etwa die Frage interessant, ob offen geäußerte Kultivierungsurteile auf der Basis der Stärke der automatischen Assoziation zwischen relevanten Konzepten (implizite Stereotype) gebildet werden.

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass CEEM und HPMN auch für die TV-Kultivierungsforschung relevant sind. Grundsätzlich haben alle Massenmedien das „Potential“ zu Kultivieren (Gerbner, 1969). Natürlich stellt sich die Frage, ob etwa die regelmäßige Nutzung von Online-Angeboten (z.B. krone.at) einen

ähnlichen Effekt produzieren kann, wie die traditionellen Printprodukte. Hier müssten in einem ersten Schritt systematische Inhaltsanalysen durchgeführt werden, die Meta-Narrative auffindig machen. Aus den Ergebnissen dieser Inhaltsanalysen können wiederum Kultivierungshypothesen abgeleitet werden, die im Anschluss überprüft werden können. Sogesehen ist es eine empirische Frage wie „stark“ sich der Kultivierungseffekt des einen (technischen) Mediums (z.B. Krone-Print) im Vergleich zum anderen Medium (z.B. Krone-Online) realisiert.

## **Fazit**

Für die Kultivierungsforschung stellen CEEM und HPMN zwei ergänzende theoretische Erklärungsansätze dar. Sie stehen nicht in Konflikt mit bestehenden Ansätzen. Insbesondere HPMN steht nicht in Konflikt mit Shrum's Modell (vgl. Kapitel 2.2.2), sondern wurde für den Tageszeitungs-Kontext theoretisch differenziert. Während der Auswertung tauchten durch die Ergebnisse der durchgeführten Studien neue Fragen auf. Ein Mehr an Wissen produzierte auch ein Mehr an Fragen (z.B., Konsolidierungs-Hypothese). Diese neuen Fragen verweisen darauf, dass auch bei einem auf den ersten Blick „einfachen“ Forschungsproblem wie dem Kultivierungseffekt erster Ordnung sehr viele Variablen moderierend und mediatisierend in den Prozess einwirken können. Diese Einflüsse sauber herauszuarbeiten wird die Medienforschung vermutlich auch noch in den nächsten Jahrzehnten beschäftigen.



# 5. Nachwort zur gesellschafts- politischen Relevanz

In erster Linie beschäftigte sich das innerhalb dieser Dissertation dokumentierte Forschungsprojekt mit dem Kultivierungsprozess von Tageszeitungen aus der Perspektive der **kommunikationswissenschaftlichen Grundlagenforschung**. Folglich ist die Forschung vorrangig relevant für die Kultivierungstheorie. Nichtsdestotrotz haben die Ergebnisse der empirischen Studien auch eine überaus relevante **gesellschaftspolitische Bedeutung**.

Die Kronen Zeitung bewertet eine soziale Kategorie („Ausländer“) kumulativ und konsistent mit negativ konnotierten Attributen (Meta-Narrativ: „Ausländer = kriminell“). Damit „zündelt“ die Krone – intendiert oder nicht – mit einem **Wir-Sie Diskurs** und schafft dadurch eine künstliche, polarisierte Dichotomisierung der Ingroup (= Krone-Wir, die „Österreicher“, oft einfach auch nur die Krone-LeserInnen) und der Outgroup (= Krone-Sie, die „Ausländer“).

Innerhalb der empirischen Studien wurde wiederholt gezeigt, dass die Rezeption der konstruierten, „verzerrten“ Krone-Welt nicht ohne Folgen bleibt. Diejenigen, welche die Krone häufiger lesen überschätzen den Anteil von Personen aus dem Ausland an allen tatverdächtigen Personen. Die kumulative und konsistente stereotype Darstellung einer sozialen Kategorie führt somit tendenziell zu einer stereotypen Sicht der RezipientInnen auf diese soziale Kategorie. **Stereotype** „an sich“ sind unvermeidbar. Die humane Informationsverarbeitung braucht effiziente Strategien um mit der enormen Umweltkomplexität fertig zu werden. Eine stereotype Realitätssicht der LeserInnen heißt folglich nicht, dass automatisch Vorurteile gebildet werden und/oder diskriminierendes Verhalten an den Tag gelegt wird. Problematisch wird es jedoch dann, wenn Stereotype einer sozialen Kategorie konsistent negative Attribute beinhalten. Die zunächst einmal stärker

kognitiv geprägte Ebene der Stereotypen kann dann zu Vorurteilen (= stärker affektiv belastet: negative Einstellungen) und Diskriminierung (= Verhalten) führen.

Die **Konsequenzen** sind hinlänglich bekannt: Dies kann etwa zu rassistischen Terminologien in der Alltagssprache oder rassistischen Witzen führen. Andererseits - und das darf nicht unterschätzt werden – kann dies auch in eine Einschätzung anderer als minderwertige Wesen münden. Zusammen mit Angst vor und Gewaltbereitschaft gegenüber dieser stereotyp dargestellten sozialen Kategorie ist das ein brandgefährlicher Cocktail, der wenn er einmal brennt nur mehr schwer in den Griff zu bekommen ist. Zu Recht weisen Hogg und Vaughan (2005, 376) darauf hin, dass der Themenkomplex Vorurteile, Diskriminierung, Dehumanisierung, individuelle Gewalt gegenüber Angehörigen einer sozialen Kategorie und systematische Massenvernichtung eines der größten Probleme der Menschheit ist. An dieser problematischen „Krankheit“ stirbt (!) jährlich – global betrachtet - eine unüberschaubare Vielzahl an Menschen.

Die Forschungsarbeit setzt in diesem negativen Prozess früh an: Sie versucht die kultivierende Wirkung der stereotypen Darstellung zu beschreiben und zu erklären. Nur wenn wir in der Lage sind den Kultivierungsprozess ursächlich erklären zu können (Welche Variablen sind im Kultivierungsprozess bedeutsam?), kann auf das Phänomen der Kultivierung angemessen reagiert werden. Die Politik hat grob zwei Möglichkeiten. Einerseits kann sie angebotsorientiert eingreifen: Von leichtem politischen Druck bis hin zu gesetzlichen Regelungen (bis zum Extrem der Zensur). Dies ist aus einer gesellschaftspolitischen Perspektive jedoch heikel (Stichwort Meinungsfreiheit). Andererseits kann auch rezipientenorientiert eingegriffen werden: Die Ergebnisse der empirischen Arbeiten dieses Forschungsprojekts zeigen, dass sich der (in diesem Fall ungewollte) Kultivierungseffekt tendenziell reduzieren lässt, wenn man an den “richtigen Schrauben dreht“. Alleine längeres Nachdenken über ein Urteil über Angehörige der negativ dargestellten sozialen Kategorie kann den Effekt aber *nicht* reduzieren. Längeres Nachdenken alleine verstärkt den Effekt scheinbar sogar etwas! Vielmehr müsste der mögliche Einfluss von Medien auf Realitätsurteile immer mitgedacht werden: Wenn die Krone im Gedächtnis vor der Urteilsbildung

aktiviert wird, dann reduziert sich tendenziell der Kultivierungseffekt erster Ordnung.

Der mögliche Einfluss von Medien müsste den Mitgliedern einer Gesellschaft „chronisch zugänglich“ gemacht werden. Dies kann vermutlich am besten in Schulen realisiert werden. Dies ist ein Teil von **Medienkompetenz**, deren Bedeutung aus dieser Perspektive für die „gesellschaftliche Gesundheit“ wohl nicht zu unterschätzen ist. Ein eigenes Fach, welches gleichberechtigt neben Mathematik, Physik, Psychologie, und anderen etablierten Gegenständen unterrichtet wird, erscheint erstrebenswert - nicht nur aus der Perspektive der vorliegenden Forschungsarbeit, sondern im Kontext der gesamten kommunikationswissenschaftlichen Forschung.

Generell gibt es die Tendenz, dass Personen Folgendes denken: „Ja, die anderen werden von Medien beeinflusst, ich aber nicht!“. Dieses Phänomen wurde bereits angesprochen (= Third-Person Effekt, vgl. Perloff, 2009). Es liegt auf der Hand, dass diese Wahrnehmung dem geforderten Ziel eines Mitdenkens der potentiellen Medienwirkung diametral gegenüber steht: Wenn ich denke, dass ich nicht beeinflussbar bin, dann brauche ich auch keine potentielle Medienwirkung mitdenken. Auch die Berücksichtigung dieses Phänomens gehört zur Medienkompetenz im Sinne dieser Argumentation und sollte an Schulen gelehrt werden.

Leider wissen wir über den Kultivierungsprozess (noch) zu wenig um diesen durch das „Drehen an der richtigen Schraube“ vollständig eliminieren zu können. Das einfachste wäre es natürlich schon von vorne herein die Medienangebote bewusst (aus) zu selektieren, welche kumulativ und konsistent bedenkliche Stereotype verbreiten: Wenn eine Tageszeitung bedenkliche Inhalte kumulativ und konsistent vermittelt, dann sollte sie einfach weniger gelesen werden. Da Tageszeitungen Medienunternehmungen mit Profitinteresse sind, würden diese bei sinkenden Reichweitzahlen ihren Content wohl relativ schnell korrigieren. In diesem Sinne sind wir LeserInnen *alle* für bedenkliche Inhalte *mitverantwortlich*. Durch die Veränderung von eingelernten Routinen der

Mediennutzung, haben wir als LeserInnen die Macht bestehende Verhältnisse zu verändern.

Aber auch *alle* JournalistInnen (und HerausgeberInnen) innerhalb dieser Medien, die mit den bedenklichen Inhalten in Zusammenhang stehen, sind für die produzierten Inhalte *mit*verantwortlich. Natürlich gibt es kriminelle Handlungen, die von Angehörigen einer Out-Group verübt werden. Die Frage ist jedoch, ob bei solchen Meldungen diese Merkmale immer storyrelevant sind und berichtet werden müssen. Wie in dieser Arbeit bereits mehrfach erwähnt wurde: Hier geht es oft nicht um die „Wahrheit“ der einzelnen Artikel, sondern um das Bild, was durch die gesamte Berichterstattung *über die Zeit* erzeugt wird. Das Argument ist, dass bei Tätern der In-Group häufig keine Gruppen-Cues erwähnt werden, bei Out-Group Tätern aber schon. Hier könnte durch einen bewussteren Umgang mit Storydetails eine angebotsseitige Änderung im Kultivierungsprozess erreicht werden. Wird einer Out-Group weniger häufig ein „kriminelles Etikett“ angeheftet, wäre schon viel getan!

Das **Mitdenken der Quelle** reduziert den Effekt. Es ist jedoch auch hier noch ein residualer Effekt vorhanden (rund 2% erklärter Varianz, vgl. Studie 3, Kapitel 3.2.1). Das ist nicht viel im Sinne der Varianzaufklärung, aber - um die bereits zitierte Metapher noch einmal zu bemühen: Wenige Grad Wandel innerhalb der Durchschnittstemperatur können zwischen einer Eiszeit und einem Zeitalter der Klimaerwärmung entscheiden. So mag es auch im Kultivierungsprozess sein: Nicht alle RezipientInnen werden gleich „beeinflusst“, jedoch zeigt sich im Aggregat, dass es eine Tendenz der LeserInnen gibt, die verzerrte Krone-Realitätsbeschreibung zu übernehmen. Auch hier können wenige Prozent erklärter Varianz (=„Grad“) Unterschied zwischen einem gesellschaftspolitisch zu definierenden gesellschaftlichen Soll-Zustand und Phänomenen wie Vorurteile, Diskriminierung, Dehumanisierung, individuelle Gewalt gegenüber Angehörigen einer sozialen Kategorie, und auch systematische Massenvernichtung, entscheiden. Auf jeden Fall ist hier mehr Forschung notwendig – nicht nur um die kommunikationswissenschaftliche Grundlagenforschung weiter zu bringen -, sondern auch um der Politik und den RezipientInnen adequates Wissen über den Kultivierungsprozess bereitstellen zu können.



Der kurzfristige Effekt des Lesens einer Ausgabe einer Boulevardzeitung mit stereotypen Inhalten (Objekt+Attribut-Paarung) hat Studie 1 folgend einen relativ raschen Decay (innerhalb weniger Minuten fällt dieser auf ein schwaches residuales Niveau ab). Wenn man bedenkt, dass Zeitungen gerne in öffentlichen Verkehrsmitteln gelesen werden (Beispiel aus Wien: die Pendlerzeitung „Heute“), kann dieser Befund etwa für Anti-Rassismus Kampagnen genutzt werden: Wenn eine Person regelmäßig stereotype Inhalte während der Fahrt in der Straßenbahn liest, erscheint es als effektiv und als effizient die persuasive Botschaft der Anti-Rassismus Kampagne verstärkt in den Stationen und den öffentlichen Verkehrsmitteln zu platzieren. Während der Fahrt und unmittelbar danach ist die Wahrscheinlichkeit am größten, dass stereotype Gedächtnisspuren hoch zugänglich sind (Stichwort: negativ beschleunigter Abfall). Den negativen Effekten könnte durch intelligent gestaltete und platzierte persuasive Botschaften entgegengesteuert werden. Zudem sind gerade öffentliche Verkehrsmittel ein Raum, in welchem sich Mitglieder der verschiedensten sozialen Kategorien treffen.



# 6. Literatur

Allen, J., Chambers, A., & Towers, D. (2007). The many metrics of cardiac chronotropy: A pragmatic primer and a brief comparison of metrics. *Biological Psychology, 74*, 243-262.

Amodio, D., & Devine, P. (2006). Stereotyping and evaluation in implicit race bias: Evidence for independent constructs and unique effects on behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 91*, 652-661.

An, S. (2008). Antidepressant direct-to-consumer advertising and social perception of the prevalence of depression: Application of the availability heuristic. *Health Communication, 23*, 499-505.

Anderson, J. R. (1976). *Language, memory, and thought*. Hillsdale: Erlbaum.

Appel, M. (2011). A story about a stupid person can make you act stupid (or smart): Behavioral assimilation (and contrast) as narrative impact. *Media Psychology, 14*, 144-167.

Arendt, F. (2008). Zur kultivierenden Wirkung der Kronen Zeitung. *Medien Journal, 32*(4), 3-21.

Arendt, F. (2009). Explizite und implizite kultivierende Wirkung der Kronen Zeitung. Eine empirische Untersuchung von Kultivierungseffekten auf explizite und implizite politische Einstellungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 57*, 217-237.

Arendt, F. (2010). Cultivation effects of a newspaper on reality estimates, explicit and implicit attitudes. *Journal of Media Psychology, 22*, 147-159.

- Arendt, F. (2012). A newspaper's effect on the strength of automatic associations in memory. *Journal of Media Psychology, 24*, 1-8.
- Arendt, F. (2012, Mai). Toward a dose-response account of media priming and cultivation. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, 24.-28.05. Phoenix, Arizona, USA.
- Arendt, F. (akzeptiert zur Veröffentlichung). News stereotypes, time, and fading priming effects. *Journalism and Mass Communication Quarterly*.
- Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & M.B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (94-124). New York: Taylor & Francis.
- Bargh, J. A., Bond, R. N., Lombardi, W., & Tota, M. (1986). The additive nature of chronic and temporary sources of construct accessibility. *Journal of Personality and Social Psychology, 50*, 869-878.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*, 1173-1182.
- Barth, B. (1988). Fernsehnutzung und Realitätswahrnehmung: Zur Überprüfung der Kultivierungshypothese. *Rundfunk und Fernsehen, 36*, 66-79.
- Bauer, M. W. (2005). Distinguishing red and green biotechnology: Cultivation effects of the elite press. *International Journal of Public Opinion Research, 17*, 63-89.
- Besley, J. (2008, Mai). Television exposure and core values. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, Montreal, Quebec, Kanada.

- Bilandzic, H. (2006). The perception of distance in the cultivation process: A theoretical consideration of the relationship between television content, processing experience, and perceived distance. *Communication Theory, 16*, 333-355.
- Bilandzic, H., & Busselle, R. W. (2008). Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates. *Journal of Communication, 58*, 508-529.
- Bilandzic, H., & Rössler, P. (2004). Life according to television. Implications of genre-specific cultivation effects: The gratification/cultivation model. *Communications – The European Journal of Communication Research, 29*, 295-326.
- Bortz, J. (2005). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag (4. Auflage).
- Bradley, S. D. (2007). Neural network simulations support heuristic processing model of cultivation effects. *Media Psychology, 10*, 449-469.
- Bradley, S. D. & Matthews, C. B. (2012). Temporal and narrative bases of cultivation: insight from neural networks. In M. Morgan, J. Shanahan, & N. Signorielli (Hrsg.), *Living with television now. Advances in cultivation theory and research* (209-236). New York: Peter Lang Publishing.
- Brewer, P. R., & Ley, B. (2010). Media use and public perceptions of DNA evidence. *Science Communication, 32*, 93-117.

- Bruck, P. A., & Stocker, G. (2002). *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*. Münster, Germany: LIT Verlag.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication, 54*, 662-704.
- Buchner, A., & Brandt, M. (2002). Gedächtniskonzeptionen und Wissensrepräsentationen. In J. Müsseler & W. Prinz (Hrsg.), *Allgemeine Psychologie* (493-543). München: Spektrum Akademischer Verlag.
- Buss, D. (2009). *Evolutionary Psychology. The new science of the mind*. Boston: Pearson.
- Busselle, R. (2001). Television exposure, perceived realism, and exemplar accessibility in the social judgment process. *Media Psychology, 3*, 43-67.
- Busselle, R., & Shrum, L. J. (2003). Media exposure and exemplar accessibility. *Media Psychology, 5*, 255-282.
- Cahill, L., Haier, R. J., Fallon, J., Alkire, M. T., Tang, C., Keator, D., . . . McGaugh, J. L. (1996). Amygdala activity at encoding correlated with long-term, free recall of emotional information. *PNAS, 93*, 8016-8021.
- Carpentier, F., Roskos-Ewoldsen, D., & Roskos-Ewoldsen, B. (2008). A test of the network models of political priming. *Media Psychology, 11*, 186-206.
- Chiricos, T., Eschholz, S., & Gertz, M. (1997). Crime, news, and fear of crime: Toward an identification of audience effects. *Social Problems, 44*, 342-357.
- Collins, A. M., & Loftus, E. F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological Review, 82*, 407-428.

- Davis, S., & Mares, M.-L. (1998). Effects of talk show viewing on adolescents. *Journal of Communication, 48*, 69-86.
- DeCoster, J., & Claypool, H. M. (2004). A Meta-analysis of priming effects on impression formation supporting a general model of informational biases. *Personality and Social Psychology Review, 8*, 2-27.
- Dehaene, S. (2010). *Reading in the brain. The new science of how we read*. London: Penguin Books.
- Devine, P. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology, 56*, 5-18.
- Dixon, T. (2009). "He was a Black guy": How news' misrepresentation of crime creates fear of Blacks. In R. A. Lind (Hrsg.), *Race/Gender/Media: Considering diversity across audiences, content, and producers* (135-142). Boston, MA: Pearson Education, Inc.
- Doob, A. N., & Macdonald G. E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology, 37*, 170-179.
- Dowler, K. (2003). Media consumption and public attitudes toward crime and justice: The relationship between fear of crime, punitive attitudes, and perceived police effectiveness. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture, 10*, 2, 109-126.
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Eitam, B., & Higgins, E. T. (2010). Motivation in Mental Accessibility: Relevance of a representation (ROAR) as a new framework. *Social and Personality Psychology Compass, 4*, 951-967.

- Fazio, R. H. (1990). A practical guide to the use of response latency in social psychological research. In C. Hendrik, & M. S. Clark (Hrsg.), *Review of personality and social psychology: Vol. 11. Research methods in personality and social psychology* (74-97). Newbury Park: Sage.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row Peterson.
- Frankland, P. W., & Bontempi, B. (2005). The organization of recent and remote memories. *Nature Review Neuroscience*, 6, 119-130.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2006). Associative and propositional processes in evaluation: An integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin*, 132, 692-731.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2011). The associative-propositional evaluation model: Theory, evidence, and open questions. *Advances in Experimental Psychology*, 44, 59-127.
- Gawronski, B., & Conrey, F. (2004). Der Implizite Assoziationstest als Maß automatisch aktivierter Assoziationen: Reichweite und Grenzen. *Psychologische Rundschau*, 55, 118-126.
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63, 451-462.
- Gentles, K. A., & Harrison, K. (2006). Television and perceived peer expectations of body size among African American adolescent girls. *The Howard Journal of Communications*, 17, 39-55.



- Gerbner, G. (1969). Toward „cultural indicators“: The analysis of mass mediated message systems. *AV Communication Review*, 17, 137-148.
- Gerbner, G. (1990). Epilogue: Advancing on the Path of Righteousness (Maybe). In N. Signorielli & M. Morgan (Hrsg.): *Cultivation analysis. New directions in media effects research* (249-262). Newbury Park: Sage Publications.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 172-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The „mainstreaming“ of America: Violence profile No. 11. *Journal of Communication*, 30, 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1982). Charting the mainstream: Television's contribution to political orientations. *Journal of Communication*, 32, 100-127.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillman (Hrsg.), *Media effects: Advances in theory and research* (17-42). Hillsdale: Lawrence Earlbaum Associates.
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4, 279-305.
- Good, J. E. (2009). The cultivation, mainstreaming, and cognitive processing of environmentalists watching television. *Environmental Communication*, 3, 279-297.
- Grabe, M. E., & Drew, D. G. (2007). Crime Cultivation: Comparisons across media genres and channels. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 51, 147-171.

- Grant, S. C., & Logan, G. D. (1993). The loss of repetition priming and automaticity over time as a function of degree of initial learning. *Memory & Cognition, 21*, 611-618.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology, 79*, 701-721.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). In the mind's eye. Transportation imagery model of narrative persuasion. In M. C. Green, J. J. Strange, & T. C. Brock (Hrsg.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations* (315-341). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Greenberg, B. (1988). Some uncommon television images and the drench hypothesis. In S. Oskamp (ed.), *Applied Social Psychology Annual (Vol. 8): Television as a social issue* (88-102). Newbury Park, CA: Sage.
- Greenwald, A. G., Banaji, M., Rudman, L., Farnham, S., Nosek, B. & Mellot, D. (2002). A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept. *Psychological Review, 109*, 3-25.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*, 1464-1480.
- Greenwald, A. G., Nosek, B., & Banaji, M. (2003). Understanding and using the implicit association test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology, 85*, 197-216.
- Gross, K., & Aday, S. (2003). The scary world in your living room and neighborhood: Using local broadcast news, neighborhood crime rates, and personal experience to test agenda setting and cultivation. *Journal of Communication, 53*, 411-426.

- Guo, Z., Zhu, J. J., & Chen, H. (2001). Mediated reality bites: Comparing direct and indirect experience as sources of perceptions across two communities in China. *International Journal of Public Opinion Research*, *13*, 398-418.
- Hastie, R., & Park, B. (1986). The relationship between memory and judgment depends on whether the judgment task is memory-based or on-line. *Psychological Review*, *93*, 258-268.
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1982). Television's influence on social reality. In D. Pearl, L. Bouthilet, & J. Lazar (Hrsg.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (224-247). Washington: Government Printing Office.
- Hawkins, R. P., Pingree, S., & Adler, I. (1987). Searching for cognitive processes in the cultivation effect. Adult and adolescent samples in the United States and Australia. *Human Communication Research*, *13*, 553-577.
- Hetsroni, A. (2010). When the wind changes direction: The impact of content shift on the cultivation effect. *Communications – The European Journal of Communication Research*, *35*, 439-460.
- Hetsroni, A., Elphariach, H., Kapuza, R., & Tsfoni, B. (2007). Geographical proximity, cultural imperialism, and the cultivation effect. *Communication Monographs*, *74*, 181-199.
- Hicks, G., & Lee, T.-T. (2004, Mai). Learning to be prejudiced? Media usage and anti-gay attitudes. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, New Orleans, Louisiana, USA.
- Higgins, E. T., Bargh, J. A., & Lombardi, W. (1985). Nature of priming effects on categorization. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, *11*, 59-69.

- Higgins, V. (2009, Mai). Crime coverage by Brazilian media: An agenda-setting influence of selective news. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, New York, USA.
- Hirsch, P. (1981). On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis. *Communication Research*, 8, 3-37.
- Hock, M., & Krohne, H. (2004). Coping with threat and memory for ambiguous information: Testing the repressive discontinuity hypothesis. *Emotion*, 4, 65-86.
- Hoffmann, W., Gawronski, B., Gschwendner, T., Le, H., & Schmitt, M. (2005). A meta-analysis on the correlation between the Implicit Association Test and explicit self-report measures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 1369-1385.
- Hogg, M.A., & Vaughan, G.M. (2005). *Social psychology*. Pearson Education Limited: Edingburgh Gate.
- Holbert, L., Shah, D., & Kwak, N. (2004). Fear, authority, and justice: Crime-related TV viewing and endorsements of capital punishment and gun ownership. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81, 343-363.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observation on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19, 185-206.
- Horvath, Patrick (2006). Die Feindbilder der Kronen Zeitung. *Medienimpulse*, 56, 30-32.
- Jeffres, L. W., Atkin, D. J., & Neuendorf, K. A. (2001). Expanding the range of dependent measures in mainstreaming and cultivation research. *Communication Research Reports*, 18, 408-417.

- Jin, B., & Jeong, S. (2010). The impact of Korean television drama viewership on the social perceptions of single life and having fewer children in married life. *Asian Journal of Communication, 20*, 17-32.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly, 37*, 509-523.
- Kazui, H., Mori, E., Hashimoto, M., Hirono, N., Imamura, T., Tanimukai, S., . . . Cahill, L. (2000). Impact of emotion on memory. Controlled study of the influence of emotionally charged material on declarative memory in Alzheimer's disease. *British Journal of Psychiatry, 177*, 343-347.
- Kenny, D.A. (1975). Cross-lagged panel correlation: A test for spuriousness. *Psychological Bulletin, 82*, 887-903.
- Krämer, N. C. (2008). Soziale Vergleichsprozesse. In N. C. Krämer, S. Schwan, D. Unz, & M. Suckfüll (Hrsg.), *Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Krohne, H. W., & Egloff, B. (1998). *Das Angstbewältigungs-Inventar*. Frankfurt am Main: Swets Test Services.
- Krohne, H. W., Egloff, B., Kohlmann, C. W., & Tausch, A. (1996). Untersuchungen mit einer deutschen Version der „Positive and Negative Affect Schedule“ (PANAS). *Diagnostica, 42*, 139-156.
- Krohne, H. W., & Hock, M. (2008). Cognitive avoidance, positive affect, and gender as predictors of the processing of aversive information. *Journal of Research in Personality, 42*, 1572-1584.
- Kumkale, G. T., & Albaraccin, D. (2004). The sleeper effect in persuasion: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin, 130*, 143-172.

- Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. *Journal of Communication, 50*, 46-70.
- Lang, A. (2006). Using the limited capacity model of motivated mediated message processing to design effective cancer communication messages. *Journal of Communication, 56*, S57-S80.
- Lang, A., & Ewoldsen, D. (2010). Beyond effects: Conceptualizing Communication as dynamic, complex, nonlinear, and fundamental. In S. Allan (Hrsg.), *Rethinking Communication. Keywords in Communication Research* (109-120). Cresskill, NJ: Hampton Press Inc.
- Lang, A., Potter, R. F., & Polls, P. (2009). Where psychophysiology meets the media: Taking the effects out of mass media research. In J. Bryant, M. B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (185-206). New York: Taylor and Francis.
- Leshner, G., Bolls, P., & Thomas, E. (2009). Scare'em or disgust'em: The effects of graphic health promotion messages. *Health Communication, 24*, 447-458.
- Lücke, S. (2007). *Ernährung im Fernsehen. Eine Kultivierungsstudie zur Darstellung und Wirkung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Mares, M.-L. (1996). The role of source confusions in television's cultivation of social reality judgments. *Human Communication Research, 23*, 278-297.
- McNamara, T. P. (2005). *Semantic priming. Perspectives from memory and word recognition*. Hove: Psychology Press Taylor & Francis Group.
- Miller, J. M., & Krosnick, J. A. (1996). News media impact on the ingredients of presidential evaluations: A program of research on the priming hypothesis. In D. Mutz & P. Sniderman (Hrsg.), *Political persuasion and attitude change*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

- Morgan, M. (1983). Symbolic victimization and real world fear. *Human Communication Research, 9*, 146-157.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2009). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & M. B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (34-49). New York: Taylor & Francis.
- Nabi, R., & Sullivan, J. (2001). Does television viewing relate to engagement in protective action against crime? A cultivation analysis from a theory of reasoned action perspective. *Communication Research, 28*, 802-825.
- Nadel, L. & Moscovitch, M. (1997). Memory consolidation, retrograde amnesia and the hippocampal complex. *Current Opinion in Neurobiology, 7*, 217-227.
- Nestler, S., & Egloff, B. (2010). When scary messages backfire: Influence of dispositional cognitive avoidance on the effectiveness of threat communications. *Journal of Research in Personality, 44*, 137-141.
- Newcomb, H. (1978). Assessing the violence profile of Gerbner and Gross: A humanistic critique and suggestion. *Communication Research, 5*, 264-282.
- Newhagen, J. E. (1998). TV news that induce anger, fear, and disgust: Effects on approach-avoidance and memory. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 42*, 265-267.
- Niederdeppe, J., Fowler, E. F., & Goldstein, K. (2010). Does local television news coverage cultivate fatalistic beliefs about cancer prevention? *Journal of Communication, 60*, 230-253.
- Nisbet, E., & Wang, Z. (2004, Mai). Polarization versus the mainstream: Differentiating the effects of the news media. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, New Orleans, Louisiana, USA.

- Northup, Temple (2010). Is everyone a little bit racist? Exploring cultivation using implicit and explicit measures. *Southwestern Mass Communication Journal*, 26, 1, 29-41.
- O'Guinn, T. C., & Shrum, L. J. (1990). The psychology of normative economic beliefs: Mass-mediated processes and effects in consumer socialization. In S. Lea & B. Young (Hrsg.), *Applied economic psychology in the 1990s* (716-731). Exeter: Washington Singer Press.
- O'Guinn, T. C., & Shrum, L. J. (1997). The role of television in the construction of consumer reality. *Journal of Consumer Research*, 23, 278-294.
- Paternoster, R., Brame, R., Mazerolle, P., & Piquero, A. (1998). Using the correct statistical test for the equality of regression coefficients. *Criminology*, 36, 859-866.
- Payne, B., & Bradley, S. D. (2004, Mai). Television, remote memory and social reality estimates: A cognitive neuroscience approach. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, New Orleans, Louisiana, USA.
- Perloff, R. M. (2009). Mass media, social perception, and the third-person effect. In J. Bryant & M.B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (252-268). New York: Taylor & Francis.
- Peters, K., & Gawronski, B. (2011). Are we puppets on a string? Comparing the impact of contingency and validity on implicit and explicit evaluations. *Personality and Social Psychological Bulletin*, 37, 557-569.
- Petty, R., Brinol, P., & Priester, J. (2009). Mass media attitude change. Implications of the elaboration likelihood model of persuasion. In J. Bryant, M. B. Oliver (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (125-164). New York, NY: Taylor and Francis.



- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123-205.
- Plasser, F., & Seeber, G. (2010). Wahlentscheidung in der Boulevard-Demokratie: Die Kronen Zeitung, News Bias und Medieneffekte. In F. Plasser (Hrsg.), *Politik in der Medienarena: Praxis politischer Kommunikation in Österreich*. Wien: Facultas.
- Potter, W. J. (1991). Examining cultivation from a psychological perspective. Component subprocesses. *Communication Research*, 18, 77-102.
- Potter, W. J. (1993). Cultivation theory and research: A conceptual critique. *Human Communication Research*, 19, 564-601.
- Potter, W. J. (1994). Cultivation theory and research: A methodological critique. *Journalism Monographs*, 147, 1-34.
- Price, V., & Tewksbury, D. (1997). News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. In G.A. Barnett & F. J. Boster (Hrsg.), *Progress in the communication sciences* (173-212). New York: Ablex.
- Rattenborg, N. C., Martinez-Gonzales, D., Roth II, T. C., & Pravosudov, V. V. (2011). Hippocampal memory consolidation during sleep: A comparison of mammals and birds. *Biological Review*, 86, 658-691.
- Reber, B. H., & Chang, Y. (2000). Assessing cultivation theory and public health model for crime reporting. *Newspaper Research Journal*, 21, 99-112.
- Reimer, B., & Rosengren, K. E. (1990). Cultivated viewers and readers: A life-style perspective. In N. Signorielli & M. Morgan (Hrsg.), *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (181-206). Newbury Park: Sage.

- Riddle, K. (2010). Always on my mind: Exploring how frequent, recent, and vivid television portrayals are used in the formation of social reality judgments. *Media Psychology, 13*, 155-179.
- Riddle, K. (2012). Developing a lifetime television exposure scale. The importance of television viewing habits during childhood. In M. Morgan, J. Shanahan, & N. Signorielli (Hrsg.), *Living with television now. Advances in cultivation theory and research* (286-306). New York: Peter Lang Publishing.
- Romer, D., Jamieson, K. H., & Aday, S. (2003). Television news and the cultivation of fear of crime. *Journal of Communication, 53*, 88-104.
- Roskos-Ewoldsen, B., Davies, J., & Roskos-Ewoldsen, D. (2004). Implications of the mental models approach for cultivation theory. *Communications – The European Journal of Communication Research, 29*, 345-363.
- Roskos-Ewoldsen, D. R., Klinger, M., & Roskos-Ewoldsen, B. (2007). Media priming. In R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen, & J. Bryant (Hrsg.), *Mass media theories and processes: Advances through meta-analysis* (53-80). Mahwah: Erlbaum.
- Roskos-Ewoldsen, D., Roskos-Ewoldsen, B., & Carpentier, F. (2009). Media priming: an updated synthesis. In J. Bryant & M.B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (74-93). New York: Taylor & Francis.
- Rossmann, C. (2008). *Fiktion Wirklichkeit. Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Rossmann, C., & Brosius, H.-B. (2004). The problem of causality in cultivation research. *Communications – The European Journal of Communication Research, 29*, 379-397.

- Rossmann, C., & Brosius, H.-B. (2005). Vom hässlichen Entlein zum schönen Schwan? Zur Darstellung und Wirkung von Schönheitsoperationen im Fernsehen. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 53*, 507-532.
- Rubin, A. M. (2009). Uses-and-Gratifications perspective on media effects. In J. Bryant & M.B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (165-184). New York: Taylor & Francis.
- Saito, S. (2007). Television and the cultivation of gender-role attitudes in Japan: Does television contribute to the maintenance of the status quo? *Journal of Communication, 57*, 511-531.
- Salasoo, A., Shiffrin, R. M., & Feustel, T. C. (1985). Building permanent memory codes: Codification and repetition effects in word identification. *Journal of Experimental Psychology: General, 114*, 50-77.
- Schulz, W. (1990). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien: Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg, München: Alber.
- Schwarz, N. (2012). Feelings-as-information theory. In P. A. M. Van Lange, A. Kruglanski, & E. T. Higgins (Hrsg.), *Handbook of theories of social psychology* (289-308). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shanahan, J. (1998). Television and authoritarianism: Exploring the concept of mainstreaming. *Political Communication, 15*, 483-495.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers. Cultivation Theory and Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Shapiro, M. A. (1991). Memory and decision processes in the construction of social reality. *Communication Research, 18*, 3-24.

- Shapiro, M. A. , & Lang, A. (1991). Making television reality: Unconscious processes in the construction of social reality. *Communication Research, 18*, 685-705.
- Shrum, L. J. (1996). Psychological processes underlying cultivation effects: Further test of construct accessibility. *Human Communication Research, 22*, 482-509.
- Shrum, L. J. (1997). The role of source confusion in cultivation effects may depend on processing strategy: A comment on Mares (1996). *Human Communication Research, 24*, 349-358.
- Shrum, L. J. (2001). Processing strategy moderates the cultivation effect. *Human Communication Research, 27*, 94-120.
- Shrum, L. J. (2004). Magnitude of effects of television viewing on social perceptions vary as a function of data collection method: Implications for psychological processes. *Advances in Consumer Research, 31*, 511-513.
- Shrum, L. J. (2007). The implications of survey method for measuring cultivation effects. *Human Communication Research, 33*, 64-80.
- Shrum, L. J. (2009). Media consumption and perceptions of social reality: Effects and underlying processes. In J. Bryant & M.B. Oliver (Hrsg.), *Media effects. Advances in theory and research* (50-73). New York: Taylor & Francis.
- Shrum, L. J. & Bischak, V. D. (2001). Mainstreaming, resonance, and impersonal impact. Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk. *Human Communication Research, 27*, 187-215.
- Shrum, L. J., Lee, J., Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2011). An online process model of second-order cultivation effects: How television cultivates materialism and its consequences for life satisfaction. *Human Communication Research, 37*, 34-57.

- Shrum, L.J., & O'Guinn, T.C. (1993). Processes and effects in the construction of social reality: Construct accessibility as an explanatory variable. *Communication Research*, 20, 436-471.
- Shrum, L. J., O'Guinn, T., Semenik, R., & Faber R. (1991). Process and effects in the construction of normative consumer beliefs: The role of television. In R. Holman & M. Solomon (Hrsg.), *Advances in Consumer Research* (755-763). Provo: UT: Association for Consumer Research.
- Shrum, L.J., Wyer, R.S., & O'Guinn, T.C. (1998). The effects of television consumption on social perceptions: The use of priming procedures to investigate psychological processes. *Journal of Consumer Research*, 24, 447-458.
- Sloman, S. A., Hayman, C. A. G., Ohta, N., Law, J., & Tulving, E. (1988). Forgetting in primed fragment completion. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 14, 223-239.
- Stark, B., & Kraus, D. (2008). Crossmediale Strategien überregionaler Tageszeitungen. Empirische Studie am Beispiel des Pressemarkts in Österreich. *Media Perspektiven*, 6, 307-317.
- Steinmaurer, T. (2009). Diversity through delay? The Austrian case. *International Communication Gazette*, 71, 77-87.
- Stroman, C. A., & Seltzer, R. (1985). Media use and perceptions of crime. *Journalism Quarterly*, 62, 340-345.
- Srull, T. K., & Wyer, R. S. (1979). The role of category accessibility in the interpretation of information about persons: Some determinants and implications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1660-1672.

- Tapper, J. (1995). The ecology of cultivation: A conceptual model for cultivation research. *Communication Theory*, 5, 36-57.
- Tse, D., Langston, R. F., Kakeyama, M., Bethus, I., Spooner, P.A., Wood E. R., ... Morris, R. G. M. (2007). Schemas and memory consolidation. *Science*, 316, 76-82.
- Toichi, M., Sugiura, T., Murai, T., & Sengoku, A. (1997). A new method of assessing cardiac autonomic function and its comparison with spectral analysis and coefficient of variation of R-R interval. *Journal of the Autonomic Nervous System*, 62, 79-84.
- Tulving, E. (1972). Episodic and semantic memory. In E. Tulving & W. Donaldson (Hrsg.), *Organization of memory* (381-403). New York: Academic Press.
- Tulving, E. (1999). Study of memory: processes and systems (11-30). In J. K. Foster & M. Jelicic (Hrsg.), *Memory: Systems, process, function*. New York: Oxford University Press.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-232.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and Biases. *Science*, 185, 1124-1131.
- Tyler, T., & Cook, F. (1984). The mass media and judgments of risk: Distinguishing impact on personal and societal level judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 693-708.
- Valentino, N. (1999). Crime news and the priming of racial attitudes during evaluations of the president. *Public Opinion Quarterly*, 63, 293-320.

- Van den Bulck, J. (2003). Is the mainstreaming effect of cultivation an artifact of regression to the mean? *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 47, 2, 289-295.
- Van den Bulck, J. (2004). The relationship between television fiction and fear of crime an empirical comparison of three causal explanations. *European Journal of Communication*, 19, 239-248.
- Vergeer, M., Lubbers, M., & Scheepers, P. (2000). Exposure to newspapers and attitudes toward ethnic minorities: A longitudinal analysis. *The Howard Journal of Communications*, 11, 127-143.
- Vitouch, P., Tinchon, H.-J., & Janschek E. (1998). Prozeßbegleitende Verfahren in der Medienpsychologie. *Medienpsychologie*, 10, 308-319.
- Vitouch, P. (2007). *Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerverhaltens*. Opladen: Westdeutscher Verlag / VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Vitouch, P., Walter, A., & Tinchon, H.-J. (2003). Rezeption und Verarbeitung von angstausslösenden Verkehrssicherheitsspots. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 15, 80-89.
- Watzlawick, P. (1987). *Wie wirklich ist die Wirklichkeit. Wahn, Täuschung, Verstehen*. München: Piper & Co Verlag.
- Weimann, G. (2000). *Communicating unreality: Modern media and the reconstruction of reality*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Wixted, J. T., & Ebbesen, E. B. (1991). On the form of forgetting. *Psychological Science*, 2, 409-415.
- Wober, J. M. (1978). Televised violence and paranoid perception: The view from Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, 42, 315-321.

- Yegiyan, N. S., & Lang, A. (2010). Processing central and peripheral detail: How content arousal and emotional tone influence encoding. *Media Psychology, 13*, 77-99.
- Zhang, Y., & Krcmar, M. (2004). Effects of television viewing of sexual content on behavioral intentions in priming and no-priming conditions: A cultivation analysis from a theory of reasoned action perspective. Vortragspapier präsentiert auf der Jahrestagung der *International Communication Association*, New Orleans, Louisiana, USA.
- Zillmann, D. (2002). Exemplification theory of media influence. In J. Bryant & D. Zillmann (Hrsg.), *Media effects: Advances in theory and research* (19-41). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.



# 7. Lebenslauf

## Ausbildung

- |             |  |
|-------------|--|
| 2004 – 2008 | Bakkalaureat-Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien |
| 2008 – 2009 | Magister-Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien     |

## Bisherige berufliche Tätigkeiten

- |             |  |
|-------------|--|
| 2003 – 2004 | Zivildienst beim Österreichischen Integrationsfonds<br>(Betreuung von AsylwerberInnen und Asylberechtigten)  |
| 2008 – 2009 | Fachtutor an der Universität Wien, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft  |
| 2009        | Praktikum beim ORF (Abteilung Medienforschung)   |
| 2010 – 2011 | Universitätsassistent (Praedoc) am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien,<br>Univ.-Prof. Dr. Peter Vitouch |
| ab 2011     | Universitätsassistent (Praedoc) am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien,<br>Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes  |