

UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

Werner Wirth / Holger Schramm / Volker Gehrau (Hrsg.)

Unterhaltung durch Medien

Theorie und Messung

Herbert von Halem Verlag

HELENA BILANDZIC / SUSANNE KINNEBROCK

Persuasive Wirkungen narrativer
Unterhaltungsangebote.
Theoretische Überlegungen zum Einfluss
von Narrativität auf Transportation

Einführung

Die Medien sind voll von Geschichten: Unterhaltungsangebote des Fernsehens etwa bestehen zu einem beträchtlichen Teil aus narrativen Formaten wie Spielfilmen und Serien. Auch die Inhalte informativer Gattungen wie Fernsehnachrichten oder Dokumentarfilme werden nicht selten als Geschichten präsentiert (vgl. exemplarisch GUREVITCH/KAVOORI 1994; HICKETHIER 2002; KIENER 1999; LUGINBÜHL/SCHWAB/BURGER 2004). Ebenso lässt sich für Zeitungen, Zeitschriften und Radio argumentieren (vgl. exemplarisch BELL 1999; BERGER 1997; BIRD/DARDENNE 1990; LINK 1986); Bücher schließlich sind klassische Medien für Geschichten.

Generell kann Geschichten eine besondere Alltagsnähe zugeschrieben werden: »Stories are habitation. We live in and through stories. They conjure worlds. We do not know the world other than as story world. Stories inform life. They hold us together and keep us apart« (MAIR 1988: 127). Ihnen wird sogar der Status eines grundlegenden Kommunikationsmodus zugeordnet: »Narration is a mode of communication. People tell stories to entertain, teach, and to learn, to ask for an interpretation and to give one« (CZARNIAWSKA 2004: 10). Dabei sind Geschichten gleichermaßen »a mode of reasoning and a mode of representation« (RICHARDSON 1990: 118). Diese Ansichten kulminieren schließlich in einem entsprechenden Bild des Menschen als *story-telling animal* (FISHER 1987), das sich von anderen Spezies v.a. dadurch unterscheidet, dass es ein in Geschichten organisiertes Zeitverständnis entwickelt hat (ABBOTT 2002). Auch wenn man diese Radikalität nicht teilt, so wird doch Geschichten seit jeher eine große Wirkung

zugeschrieben – nicht nur werden Werte und Normen etwa in biblische Geschichten oder Märchen verpackt; die Historie der Zensur literarischer Werke ist zugleich auch die Historie der obrigkeitstaatlichen oder gesellschaftlichen Überzeugung, dass fiktionale Geschichten einen schädigenden Einfluss auf Ansichten und Handeln des Publikums nehmen können (siehe weiterführend zur Zensurgeschichte SCHÜTZ 1990). Eine umfangreiche empirisch-sozialwissenschaftliche Forschung hat sich in den letzten Jahren neben der klassischen rhetorischen Persuasion etabliert, um diese gemeinhin akzeptierte Annahme der persuasiven Wirkung von fiktionalen und nichtfiktionalen Geschichten zu überprüfen (GREEN 2004; GREEN/BROCK 2002; SLATER/ROUNER 2002).¹

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, ein bereits gut etabliertes Modell der narrativen Persuasion, das Transportation-Imagery Model (GREEN/BROCK 2000, 2002), weiterzuentwickeln, indem die Rolle des Medientextes für Persuasion spezifiziert wird. Das Konzept der *Narrativität* dient dabei als systematisierendes Gerüst, um textseitige Faktoren der Persuasion zu identifizieren. *Narrativität* drückt aus, wie eine Geschichte beschaffen sein muss, um gut und interessant zu sein. Im Beitrag werden aus narratologischen Forschungsarbeiten »narrativitätssteigernde Elemente« in Geschichten identifiziert und daraufhin Hypothesen aufgestellt, welche spezifischen Wirkungen diese auf das Rezeptionserleben und mittelbar auch auf die Persuasion haben. Abschließend werden Forschungsperspektiven, die die Integration von *Narrativität* in das Transportation-Imagery Model eröffnet, aufgezeigt und einige Anwendungsgebiete für die kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung diskutiert.

Das Erleben von Geschichten und der Zusammenhang mit Persuasion

Die Geschichte, die jemand liest, sieht oder hört, ist Grundlage für die Konstruktion einer mentalen Repräsentation beim Rezipienten, einer Vorstellung davon, worum es in der Geschichte geht und was passiert. Das

1 Persuasion ist im Feld der narrativen Persuasion nicht auf Kommunikate mit persuasiver Intention beschränkt, die im Mittelpunkt der rhetorischen Richtung standen (etwa Konsumwerbung oder Kampagnen). Vielmehr ist persuasive Wirkung in diesem Kontext weiter gefasst und bezeichnet den Einfluss von *narrativen* Kommunikaten auf Einstellungen und Überzeugungen, die sich durch die Rezeption den in der Geschichte vermittelten Botschaften annähern (BROCK/STRANGE/GREEN 2002; DAL CIN/ZANNA/FONG 2004).

umgangssprachliche Wort ›Geschichte‹ bedarf dabei einer Präzisierung. Traditionell wird in der Literaturwissenschaft zwischen ›story‹ als Ereignisfolge und ›narrative discourse‹ als Repräsentation dieser Ereignisse in einer bestimmten Erzählweise unterschieden – wenngleich dies in z.T. abweichender Terminologie geschieht (MARTINEZ/SCHEFFEL 2003: 26). Beide zusammen – ›story‹ und ›narrative discourse‹ – konstituieren das, was in der englischsprachigen Literatur als »*narrative*« bezeichnet und hier mit ›Narration‹ übersetzt ist. Eine Narration stellt eine Repräsentation eines Ereignisses oder einer Abfolge von Ereignissen dar und ist weder an ein bestimmtes Medium noch eine bestimmte Form der Präsentation (auditiv, visuell, symbolisch, in realen Handlungen) gebunden (ABBOTT 2002: 12). Davon zu unterscheiden ist wiederum die im Kopf des Rezipienten konstruierte Version, die zwar auf Grundlage der Narration entsteht, aber nicht mit dem Dargestellten übereinstimmen muss, sondern etwa durch Auslassungen gekennzeichnet ist und durch Inferenzen mit zusätzlichen Informationen angereichert wird (z. B. GRAESSER/OLDE/KLETTKE 2002; OATLEY 2002).

Das Transportation-Imagery Model

Die intensive Auseinandersetzung mit einer Narration, die von mannigfachen Rezeptionserlebnissen wie Spannung, Neugier oder Überraschung begleitet sein kann (BREWER 1985), ist eine mögliche Erklärung für die hohe Wirksamkeit, die den Narrationen beim Vermitteln von Botschaften zugeschrieben wird. Zumindest wird die Intensität der Auseinandersetzung von Green und Kollegen in ihrem Transportation-Imagery Model aufgegriffen (GREEN/BROCK 2000, 2002). Das Modell geht davon aus, dass Narrationen die Erfahrung der Transportation ermöglichen (GERRIG 1993), wobei als Transportation derjenige Zustand während der Rezeption bezeichnet wird, bei dem Rezipienten von einer Geschichte mitgerissen werden und darin derart aufgehen, dass sie die Welt um sich herum vergessen (GREEN 2004). Transportation ist als ein konvergenter Prozess anzusehen, bei dem die gesamte mentale Kapazität auf die Ereignisse der Narration gerichtet ist und die Rezipienten kognitiv und emotional auf eine Geschichte reagieren (GREEN/BROCK 2002).² Die Zuwendung

2 Für eine Abgrenzung zu verwandten Konzepten wie dem Flow-Erleben (CSIKSZENTMIHALYI 1991) oder dem Presence-Konzept (z. B. BIOCCA 2002; LOMBARD et al. 2000) vgl. BÖCKING/WIRTH/RISCH (2005).

zu fiktionalen Narrationen erfolgt in der Regel zur Unterhaltung – so wie die »discourse force« (BREWER 1980), also der höhere Zweck eines medialen Textes, es anlegt. Bei nichtfiktionalen Formaten wie Zeitungsartikeln liegt er in der Information, bei fiktionalen Formaten wie populären Geschichten und Romanen aber in der Unterhaltung. Unterhaltung wird unter anderem auch von der Erfahrung der Transportation gespeist (GREEN/BROCK/KAUFMAN 2004). Da nun alle mentalen Kapazitäten auf die Narration gerichtet sind und die Rezipienten durch einen Wunsch nach Unterhaltung und nicht etwa nach Information motiviert sind, so argumentiert Green (2004), haben die Rezipienten weder die Fähigkeit, sich kritisch mit dem Inhalt der Narration auseinander zu setzen, noch die Motivation, da kritisches Nachdenken den Fluss der Verarbeitung stört und das Vergnügen, transportiert zu werden, behindert (GREEN 2004: 166). Somit ist es nicht wahrscheinlich, dass Rezipienten innerlich gegen die Geschichte, ihre Aussagen und Botschaften argumentieren, solange sie transportiert werden.

Dieser Grundgedanke ist Theorien der rhetorischen Persuasion entnommen – also Theorien, die die Wirksamkeit von Texten vornehmlich auf deren Argumente (Inhalt, Anordnung, Kontext) zurückführen. Green und Brock (2002) betrachten die rhetorische Persuasion zwar als Gegensatz zur narrativen Persuasion, sehen aber auch das Fehlen von innerlichem Gegenargumentieren als einen möglichen Mechanismus an. Beschrieben ist dieser Mechanismus beispielsweise im Elaboration Likelihood Model von Petty und Cacioppo (1986), einem klassischen Modell rhetorischer Persuasion, das *keine* persuasive Wirkung einer Botschaft voraussagt, wenn sie beim Wahrnehmenden Gedanken generiert, die der persuasiv intendierten Botschaft widersprechen (»counter-arguing«). Sind Rezipienten hingegen während der Transportation so involviert, dass all ihre mentalen Kapazitäten gebunden sind, so sollte ein inneres Widersprechen auch dann nicht eintreten, wenn die narrative Botschaft den eigenen Überzeugungen entgegensteht. Dabei ist wichtig, dass Green und Brock (2002) kein willentliches Unterdrücken oder Verdrängen von einmal bemerkter inkonsistenter Information meinen, sondern eine simple Absenz von inneren Gegenargumenten aufgrund der Auslastung des mentalen Systems durch die Verarbeitung der Geschichte.

Als weitere mögliche Erklärung für narrative Persuasion führen Green und Brock (2002) an, dass das Rezipieren von Ereignissen in fiktionalen Geschichten einer persönlichen Erfahrung nahe kommt. Das

Gefühl, Teil des Geschehens zu sein und selbst zu erleben, was den Figuren widerfährt, ist wesentlich eindrücklicher als ein rationales Argument zur Botschaft der Geschichte.

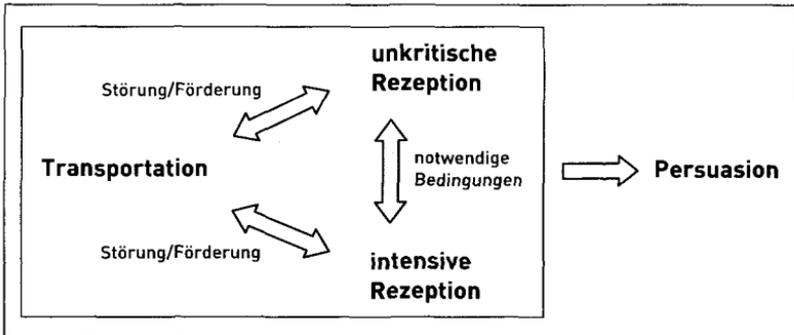
Green und Brock (2002) nennen einen weiteren Mechanismus, der die starke Wirkung narrativer Botschaften erklären könnte: Transportation zieht starke Gefühle zu den Figuren nach sich (etwa Freundschaft, Hass), die wiederum einen Einfluss auf Einstellungen haben.

Diese drei genannten Mechanismen können grob in zwei Lager unterteilt werden: Die Absenz von innerem Widersprechen bedeutet, dass die Geschichte und ihre Botschaften *unkritisch* rezipiert werden, während die Illusion von Primärerfahrung und das Erleben starker Emotionen auf eine *intensive* Rezeption verweisen (vgl. Abb. 1). Green und Kollegen stellen diese Mechanismen als Folgen der Transportation dar: *Weil* Rezipienten transportiert werden, sind sie weder fähig noch motiviert zu widersprechen, und *weil* sie transportiert werden, reagieren sie emotional stark auf das Dargestellte und haben das Gefühl, alles selbst zu erleben. Genau betrachtet, sind jedoch diese Folgen gleichzeitig auch Voraussetzungen für Transportation: Nur *wenn* die Rezipienten *nicht* innerlich widersprechen, *wenn* sie emotional reagieren und *wenn* sie die Illusion einer Primärerfahrung haben, können sie von der Geschichte mitgerissen werden. Transportation wird vielmehr beendet oder entsteht gar nicht erst, wenn das Medienangebot ein Erleben von Emotionen nicht erlaubt oder wenn narrationsimmanente Fehler zu Kritik und zum Widersprechen herausfordern. Daher schlagen wir vor, anstelle einer zeitlich-kausalen Beziehung zwischen Transportation und unkritischer bzw. intensiver Rezeption ein Interaktionsverhältnis anzunehmen, das es erlaubt, die gegenseitige Beeinflussung (d.h. Störung oder Förderung) zu modellieren (siehe Abb. 1).

Auch erscheinen im ursprünglichen Modell unkritische und intensive Rezeption als getrennte Mechanismen. Dies ist jedoch nicht ganz plausibel, zumal es gerade die Kombination von unkritischer und intensiver Rezeption ist, die Narrationen so wirksam macht: Wird intensiv, aber kritisch rezipiert, so widerspricht der Rezipient innerlich, was eine Persuasion unmöglich macht. Wenn zwar unkritisch, aber wenig intensiv verarbeitet wird, kann die (einmalige) Rezeption nicht so starke Effekte hervorbringen wie unter Transportationsbedingungen. In einem solchen Fall ist allenfalls eine kumulative Wirkung unter ›low-involvement‹-Bedingungen denkbar (mehr dazu vgl. BILANDZIC 2005).

ABBILDUNG 1

Modifiziertes Transportation Imagery Model (nach Green 2004): Interaktionsverhältnis zwischen Transportation, unkritischer und intensiver Rezeption



Einige Faktoren, die diese Triade beeinflussen, sind bereits bekannt. Dies sind z. B. auf Seiten des Rezipienten die Rezeptionsstrategien, das Vorwissen und Persönlichkeitsunterschiede, darüber hinaus situative Faktoren und schließlich das vorrangig medientextimmanente Kriterium der Textqualität (GREEN 2004).

Obwohl der Text als Vorlage für die Realisation einer mentalen Repräsentation fungiert, bleibt er im Modell erstaunlich randseitig und erschöpft sich in der Textqualität – und dem Ergebnis, dass Texte aus Bestsellern und klassischen Kurzgeschichten mehr transportieren als Texte, die zu Untersuchungszwecken von Psychologen verfasst wurden (GREEN/BROCK 2000). Diese Systematisierungslücke wollen wir im Folgenden mit dem Konzept der Narrativität schließen.

Erweiterung des Transportation Imagery Model durch das Konzept der Narrativität

Der banalen Feststellung, dass nicht jede Geschichte eine gute oder packende Geschichte ist, liegt auf narratologischer Seite die Erkenntnis zugrunde, dass sich Narrationen durch einen unterschiedlichen Grad an Narrativität auszeichnen.

Während in Literaturwissenschaft und Narratologie relative Einigkeit herrscht, dass eine Narration vorliegt, sobald eine einfache Situationsver-

änderung geschildert wird, die chronologisch und kausal bedingt ist – Prince hat dafür den Terminus »minimal story« (1973: 31) geprägt –, so erfolgt die Bestimmung von Narrativität sehr viel kontroverser. Abbott bezeichnet Narrativität gar als »vexed issue« (2002: 22), nicht zuletzt, weil Narrativität zugleich als Rezipientenempfindung (»the degree to which one feels a story is being told or performed«; ABBOTT 2002: 193; vgl. auch PRINCE 2003: 65) und als Textmerkmal gefasst werden kann. Die Schwierigkeit, Narrativität als Textmerkmal zu bestimmen, liegt u.a. darin begründet, dass unterschiedliche Erzählebenen in Beziehung gesetzt werden müssen. Denn während obige Narrationsdefinition lediglich auf die Ereignisfolge fokussiert, d.h. sich ausschließlich auf die Erzählebene der »story« bezieht, ist Narrativität ein Konstrukt, das oft erst durch die Kombination von narrativen Elementen auf der Ebene der »story« mit solchen auf der Ebene des »discourse« entstehen kann (GRIMM 1996: 155). Oder salopp formuliert: Ein guter Inhalt muss auch gut (und angemessen) erzählt werden.

Im Folgenden soll – in Anlehnung an Gerald Prince (1999: 44; 2003: 65) und Ansgar Nünning (2004: 483) – unter Narrativität ein Bündel von inhaltlichen, formal-darstellerischen und/oder strukturellen Textmerkmalen verstanden werden, durch das sich narrative Texte auszeichnen und von anderen nichtnarrativen Textsorten unterscheiden. Narrativität ist damit graduell zu bestimmen. Zugleich kann sie als das Potenzial eines Medienangebots angesehen werden, beim Rezipienten eine mentale Repräsentation als Geschichte zu evozieren, so dass dann schließlich eine Transportation in die Geschichte erfolgen kann.

Nun stellt sich zuerst die Frage, durch welche Textmerkmale sich narrative Texte auszeichnen, bevor Hypothesen über ihre Akzentuierung und Kombination zur Steigerung von Narrativität aufgestellt werden können. Dazu sollen hier in einem ersten Schritt die zentralen Merkmale von Narrationen identifiziert werden, wobei wir auf Matias Martinez und Michael Scheffel (2003) zurückgreifen, die den erzähltheoretischen Diskurs der Literaturwissenschaft synthetisiert und ein Analysemodell fiktionalen Erzählens entwickelt haben.

Martinez/Scheffel (2003) unterscheiden grundsätzlich zwischen Handlung (»story« oder der Frage, was erzählt wird) und Darstellung (d.h. der Frage, wie etwas erzählt wird). Kleinste, elementare Einheiten einer *Handlung* sind Ereignisse, die, sobald sie chronologisch geordnet sind, ein Geschehen bilden. Wird neben einer chronologischen Reihung auch noch eine

kausale Verbindung zwischen den Einzelereignissen und Geschehnissen hergestellt, sodass ein logisch verbundenes, kohärentes Ganzes mit Anfang-Mitte-Schluss entsteht, dann wird das erst als Geschichte bezeichnet.

Bei den *Darstellungsweisen* innerhalb einer Narration («narrative discourse») sind zentrale Gestaltungselemente: die Zeit (u.a. die Frage nach der Erzählreihenfolge der Ereignisse, die mit der »tatsächlichen« chronologischen keineswegs übereinstimmen muss), der Darstellungsmodus (womit der Grad an Distanz zum Geschehen sowie die Erzählperspektiven gemeint sind), die Stimme (worunter diejenigen Stilmittel zu verstehen sind, die das Verhältnis von Erzähler und Figuren zum Erzählten, aber auch zum Rezipienten gestalten) und schließlich der Sprachstil bzw. die Bildersprache (MARTINEZ/SCHEFFEL 2003).

Darüber hinaus lassen sich Narrationen hinsichtlich ihrer *strukturellen Beschaffenheit* analysieren. Für Handlungsabläufe, Figuren, Szenerie und Situationen haben sich Erzählschemata etabliert, und orientiert sich ein Medienangebot an gängigen Handlungs-, Figuren-, Situations- und Szenerie-Schemata, dann haben wir es mit einer grenzenahen Narration zu tun (MARTINEZ/SCHEFFEL 2003).

Diese Dreiteilung in Handlung, Darstellung und Struktur wird im Folgenden verwendet, um Merkmalsbeschaffenheiten und -konstellationen, die für Narrativität verantwortlich sind, zu ordnen. Für die narrativitätssteigernden Textmerkmale stützen wir uns auf die Arbeiten von Didier Coste (1989), Gerald Prince (1982; 1999) und Marie-Laure Ryan (1991; 1992). Im Unterschied zur traditionellen Erzähltheorie fassen diese Autor/inn/en Narrativität nicht absolut – im Sinne einer Opposition von Narrativität vs. Non-Narrativität –, sondern gehen davon aus, dass sie sich graduell bestimmen lässt (GRIMM 1996: 157). Deshalb sollen ihre Ergebnisse hier vorgestellt und zugleich von Hypothesen zur Narrationsrezeption ergänzt werden. Wir verwenden den Begriff »Narrativitätsfaktoren« für die narrativitätssteigernden Textmerkmale und gehen davon aus, dass diese zusammengenommen den Grad der Narrativität eines Textes konstituieren.

Ebene der Handlung

Auf der Ebene der Handlung wurde festgestellt, dass die Darstellung von Ereignissen, die zu fundamentalen Veränderungen in der Geschichte

führen (PRINCE 1982: 153), also *nachhaltige (textimmanente) Folgen* zeitigen, die Narrativität steigert. Zudem sollte sich zumindest das zentrale Ereignis bzw. Geschehen im Rahmen der Handlung durch *Einzigartigkeit* auszeichnen, wobei davon ausgegangen wird, dass ein singuläres Ereignis einen Text graduell narrativer macht als eine Wiederholung oder Serie von ähnlichen Ereignissen (COSTE 1989: 62). *Konflikt* ist ebenfalls ein wichtiges Mittel der Handlungsgestaltung, wobei gerade eine Ausgangssituation, die einen Konflikt andeutet, die Narrativität steigert. Prince veranschaulicht dies folgendermaßen: »The cat sat on the mat« is certainly not without interest but »The cat sat on the dog's mat« may be the beginning of a good story« (PRINCE 1982: 147). Und schließlich fördert auch die Betonung der *Faktualität* des Geschehens, also Hinweise, alles habe sich – mehr oder weniger so wie dargestellt – tatsächlich abge- spielt,³ den Narrativitätsgrad ebenso wie die *Spezifität*, womit eine möglichst präzise zeitliche und räumliche Verortung des Geschehens gemeint ist (COSTE 1989: 60; PRINCE 1982: 149). Insgesamt wird das Erzählte durch die Hervorhebung von nachhaltigen Folgen, durch Singularität, Konflikt- haltigkeit, (vermeintliche) Faktualität und Spezifität zu etwas Besonderem, das – so ist für die Rezipientenseite anzunehmen – zu einer erhöhten Relevanzzuschreibung und einem gesteigerten Interesse am Ausgang führt und damit intensiveres Erleben der Narration befördert.

Es sei an dieser Stelle angemerkt, dass über den Einfluss von Nar- rativitätsfaktoren und Konstellationen von Narrativitätsfaktoren nur Vermutungen angestellt werden können. Denn empirische Arbeiten über die tatsächliche Wirksamkeit einzelner Faktoren sind rar, über ihr Zusammenwirken – ob additiv und/oder komplementär – gibt es keiner- lei abgesicherte Erkenntnisse. In Tabelle 1 werden die vermuteten Zusam- menhänge zwischen narrativitätssteigernden Faktoren, den implizierten Rezeptionsweisen und den Konsequenzen für unkritische und intensive Rezeption dargestellt. Dabei gehen wir davon aus, dass Narrationen stets eine Vielzahl narrativitätssteigernder Faktoren beinhalten, die dann

3 Inwiefern die Faktualität von Geschichten allerdings zu einem Unterschied für die Transpor- tation führt, muss hier offen bleiben. Einerseits lässt sich argumentieren, dass Rezipienten beim Lesen oder Sehen einer »wahren« Geschichte stärker transportiert werden, weil sie die Gelegenheit haben, mit »echten« Menschen mitzufühlen und sich bei extremer Span- nung oder Schicksalhaftigkeit nicht mehr in die distanzierte Haltung »Ist ja nur Fiktion« flüchten können. Andererseits häufen sich Hinweise, dass Fiktionalität oder Faktualität von Geschichten für die Verarbeitung und die persuasive Kraft nur eine geringe Rolle spielen (GREEN/BROCK 2000; PRENTICE/GERRIG/BAILIS 1997; STRANGE/LEUNG 1999).

zusammengenommen Narrativität ausmachen. Es ist aber durchaus möglich, eine Reihe von Ereignissen so darzustellen, dass Narrativitätsfaktoren minimal ausgeprägt sind – in diesem Falle leidet die Transportation.

Weiterhin wird von Narratologen angenommen, dass die Narrativität davon beeinflusst wird, ob eine *Vielzahl möglicher Handlungsverläufe* suggeriert wird (PRINCE 1999: 46; COSTE 1989: 61ff.). Bieten sich den Figuren Handlungsalternativen, dürfte dies beim Rezipienten nicht nur die Unsicherheit über den Handlungsverlauf und damit die Spannung erhöhen, sondern auch das Nachvollziehen der Figurenhandlung fördern. Insgesamt ist eine intensivere Rezeption zu erwarten.

Grundsätzlich kann in Narrationen der Wandel von Umwelten beschrieben werden, ohne dass Figuren handeln. Die obige Definition einer Narration lässt dies zu. Wird jedoch der Akzent auf figürliche Handlungen gesetzt, dann dürfte diese »*Transactiveness*« (= Handlungsakzentuierung) Potenziale für die Steigerung von Narrativität bergen – vor allem, wenn das Geschehen nicht nur am Erleben und Handeln einer einzigen Figur verdeutlicht wird, sondern Interaktionen mit anderen geschildert werden (*Transitiveness*) (PRINCE 1999: 46; COSTE 1989: 50f.).⁴ Nach Ryan beruht Narrativität hauptsächlich auf den Figurenkonstellationen in der geschaffenen Erzählwelt, genauer: auf der (inneren) *Entwicklung der Figuren* und auf dem *Wandel ihrer Beziehungen* (1991: 156; 1992: 271). Es ist anzunehmen, dass die an Figuren gebundenen narrativen Konstellationen (*Transactiveness*, *Transitiveness* und der Figurenwandel) emotionale Reaktionen auf Figuren ermöglichen. Solche emotionalen Reaktionen in Bezug auf Figuren können sich äußern als parasoziale Interaktion/Beziehung (HORTON/WOHL 1956), als Identifikation (OATLEY 1994) oder emotionale Reaktionen allgemein (POLICHAK/GERRIG 2002). Diese Rezeptionserlebnisse sind grundsätzlich in der Lage, eine intensive Rezeption zu befördern.

Bezeichnend ist in diesem Zusammenhang, dass Aktionsorientierung Narrativität allein kaum steigert. Denn die Akkumulation von Aktionen (z.B. in Massenkampfszenen) ist für sich genommen für den Narrativitätsgrad kaum relevant, erst im Kontext des weiteren Geschehens (z.B. durch die Begegnung ehemaliger Freunde im Kampf, die nun zu Feinden

4 »*Transactiveness*« weist deutliche Parallelen zu dem in der kommunikationswissenschaftlichen Nachrichtenforschung etablierten Konstrukt »*Personalisierung*« (SCHULZ 1976: 45, 138ff.) auf. Doch Schulz differenziert nicht weiter, ob im Rahmen eines Geschehens nur *eine* Person handelndes Subjekt ist oder die *Interaktion* von mindestens zwei Personen dargestellt wird. Der Narrativitätsfaktor »*Transitiveness*« legt nahe, dies zu tun, wobei sich die *Personalisierung* durch die Darstellung von Interaktionen noch verstärkt.

werden) erhalten Aktionen ihre Bedeutung und wirken deshalb narrativitätssteigernd (GRIMM 1996: 163). Narrativitätsfaktoren sind also immer in Beziehung zu ihren relevanten Kontexten zu erfassen.

Wird mit Hilfe eines komplexen Netzes von Kausalitätsbeziehungen zwischen Einzelereignissen eine *kohärente Welt* geschaffen, so erhöht das ebenfalls die Narrativität (PRINCE 1982: 143; RYAN 1992: 371). Eine kohärente Geschichte zeichnet sich dadurch aus, dass kein Ereignis unverbunden gelassen und damit überflüssigerweise erzählt wird, d.h., jedes geschilderte Einzelereignis sollte für die Generierung der Bedeutung der Gesamtgeschichte eine Funktion haben (PRINCE 1982: 152).⁵ Bezogen auf die Rezeption ist zu mutmaßen, dass eine kohärente Darstellung dazu führt, dass der Rezipient die ganze Geschichte als plausibel und realistisch empfindet: Es fehlen Unstimmigkeiten in der Narration, an denen Kritik ansetzen könnte; eine weitgehend unkritische Rezeption wird befördert.

Ebene der Struktur

Ein ähnlicher Effekt dürfte beim Vorhandensein eines weiteren narrativitätssteigernden Elements eintreten, das allerdings nicht mehr auf der Ebene der Handlung, sondern der Ebene der *Struktur* angesiedelt ist. Wird eine Narration als *autonomes Ganzes mit klarer Struktur* (also mindestens mit Anfang, Mitte und Ende) gestaltet, dann gilt sie nicht nur als narrativer (PRINCE 1982: 152), sondern wird mutmaßlich auch leichter verstanden. Dieses bereits auf Aristoteles zurückgehende Strukturprinzip einer Geschichte ist von der strukturalistisch ausgerichteten Narratologie mehrfach spezifiziert worden (MARTINEZ/SCHIEFFEL 2003: 134-144), wobei insbesondere das einfache Strukturschema von William Labov und Joshua Waletzky (LABOV 1977; LABOV/WALETZKY 1973) zur Struktur-erfassung verschiedenster Narrationen herangezogen wird (z. B. explizit bei BELL 1999; implizit bei BREWER/LICHTENSTEIN 1982; KNOBLOCH et al. 2004). Es unterteilt eine Narration in sechs Phasen (1. Abstract, 2. Ori-

5 Die Wichtigkeit von Kohärenz durch das Herstellen von Kausalitäten findet sich auch in den (allerdings nur auf Filme bezogenen) Ausführungen von Bordwell (1985) und im filmanalytischen Werkmodell von Wuss (1999), der allerdings neben den fundamentalen Kausalketten noch Topikreihen (wiederkehrende Motive) und Story-Schemata als filmstrukturierende und kohärenzstiftende Faktoren identifiziert.

entation, 3. Complicating Action, 4. Evaluation, 5. Resolution, 6. Coda), wobei sie umso mehr Narrativität aufweist, je eindeutiger die Phasen zu identifizieren sind und je strenger sich die Geschichte an die Reihenfolge dieser sechs Phasen hält.⁶ Die Orientierung an fundamental archetypischen, aber auch aktuell gängigen Handlungs-, Figuren-, Situations- und Szenerie-Schemata führt dazu, dass Narrationen sich klar einem *Genre* zuordnen lassen. Der postulierte Zusammenhang – bezogen auf die Rezipienten – stellt sich folgendermaßen dar: Genres generieren Erwartungen. Wenn das Medienangebot dazu keinen Widerspruch darstellt, dann erfolgt eine reibungslose und unkritische Rezeption.⁷

Ebenfalls auf der Ebene der Struktur anzusiedeln ist die *Affektstruktur*, die durch die Reihung von Ereignissen und Geschehnissen modelliert wird. Hier ist zu unterscheiden zwischen der Reihung, wie die Ereignisse und Geschehnisse tatsächlich hätten ablaufen müssen, und der Reihenfolge, in der sie erzählt werden. Folgt man Sternberg und versteht unter Narrativität primär ein »interplay between temporalities« (STERNBERG 2001), dann hat die Ausgestaltung der Affektstruktur großen Einfluss auf die Narrativität. Laut Brewer und Lichtenstein (1982) sind mindestens drei für Narrationen typische Affektstrukturen zu identifizieren: eine Überraschung erzeugende,⁸ eine Neugier erzeugende⁹ und eine Spannung erzeugende¹⁰. Bemerkenswert ist, dass es zu Affektstruk-

- 6 Es sei darauf hingewiesen, dass es große Parallelen zwischen Labov/Waletzky (1973) und dem aristotelischen Erzählschema gibt, wonach neben Anfang (~Abstract/Orientation), Mitte und Ende (~Coda) Geschichten zudem durch Komplikationen (~Complicating Action), Wendepunkte und Lösungen (~Resolution) strukturiert sein sollten. Innovativ am Ansatz von Labov und Waletzky ist vor allem die Integration des evaluativen Moments, das auf die Gründe, weshalb überhaupt erzählt bzw. weiter erzählt wird, abzielt (BRUNER 1991: 12). Ohne Evaluation, wozu letztlich auch Verweise auf die »Moral von der Geschichte« gehören, komme – so Martinez/Scheffel (2003: 147) – eine befriedigende Geschichte nicht aus.
- 7 Empirische Hinweise auf den Einfluss etablierter Narrationsschemata finden sich beispielsweise bei Shapiro und Chock (2003), die den Einfluss von typischen Geschehensverläufen auf die Plausibilitätseinschätzungen des Dargestellten seitens der Rezipienten feststellen konnten.
- 8 Überraschung entsteht durch das Zurückhalten einer zentralen Information – u. U. eines Ereignisses – am Anfang der Erzählung, ohne dass dem Rezipienten ein Hinweis auf das Fehlen dieser zentralen Information gegeben wird. Am Ende wird die zentrale Information gegeben, die eine Reinterpretation der Geschichte bzw. der Geschehnisse und Ereignisse nötig macht.
- 9 Am Anfang steht ein entscheidendes Ereignis, das nicht ganz ausgeführt wird. Doch im Gegensatz zur Affektstruktur, die Überraschung produziert, wird dem Rezipienten ein Hinweis auf das Fehlen von zentraler Information gegeben. Neugier auf die zurückgehaltene Information entsteht.
- 10 Am Anfang steht ein Ereignis mit (potenziell) nachhaltigen Folgen, auf dem die weiteren Ereignisse und der Ausgang der Geschichte basieren. Idealerweise »fiebert« der Rezipient mit und stellt sich permanent die Frage nach Fortgang und Ausgang der Geschichte. Es herrscht weitgehende Übereinstimmung von »realer« chronologischer und erzählter Ereignisfolge.

turen bereits empirische »Narrativitäts«-Forschungen gibt, die deren Wirksamkeit auf Rezipienten nachweisen konnten (vgl. exemplarisch BREWER/LICHTENSTEIN 1981; BREWER/LICHTENSTEIN 1982; KNOBLOCH et al. 2004). Insbesondere Spannung scheint sich damit effektiv herstellen zu lassen (KNOBLOCH et al. 2004).

Ebene der Darstellung

Auf der Ebene der *Darstellung* sind zwei Narrativitätsfaktoren herauszustellen. Zunächst der *dramatische Modus* (also szenische Darstellungen), der mehr Unmittelbarkeit schafft. Damit dürfte für den Rezipienten eine Nähe hergestellt werden, die ihn das Geschehen besser miterleben lässt und letztlich die Illusion einer Primärerfahrung vermittelt. Und schließlich – als letzten Narrativitätsfaktor – sei auf die *Kunstfertigkeit als eine Form des Stils* verwiesen (PRINCE 1982: 160). Darunter ist der handwerklich solide Umgang mit allen Darstellungsmitteln zu verstehen, nicht zwingend die Zugehörigkeit des Medienangebots zur »Hochkultur«. Es ist davon auszugehen, dass ein stilistisch gut gemachtes Werk, das keine plumpen Bilder evoziert, eine sowohl ungestörte als auch eindruckliche Rezeption ermöglicht.

Fazit: Die Verknüpfung von Narrativität, Transportation und Persuasion

Vorliegender Beitrag hatte zum Ziel, das Transportation-Imagery Model von Green und Brock (2002) mit dem Konzept der Narrativität weiterzuentwickeln. Dieses Modell der narrativen Persuasion nimmt grundsätzlich an, dass Narrationen die mentale Kapazität der Rezipienten durch kognitive und emotionale Verarbeitung derartig in Anspruch nehmen, dass sie über keine Ressourcen mehr für ein kritisches Hinterfragen des Inhalts der Narration verfügen. Das Transportation-Imagery Model geht davon aus, dass Transportation primär durch zwei Vorgänge beeinflusst wird: Zum einen durch eine intensive Rezeption und zum anderen durch eine unkritische Rezeption. Das Modell hat sich in der Empirie bewährt, wobei vor allem rezipientenseitige Faktoren untersucht wurden, etwa Grad der Transportation oder empfundener Realismus. Unser Ziel bestand nun darin, das Modell auf der Textseite stärker zu spezifizieren.

TABELLE 1

Narrativitätssteigernde Narrationsmerkmale (Narrativitätsfaktoren) und ihre angenommene Wirkung

HANDLUNG		
<i>Narrativitätssteigernde Elemente</i>		<i>Rezeptionserleben</i>
		<i>Konsequenzen</i>
nachhaltige Ereignisse/ Handlungen	erhöhte Relevanzzuschreibung	intensive Rezeption
Einzigartigkeit		
Konflikthaltigkeit		
Faktualität		
Spezifität		
Vielzahl möglicher Handlungsverläufe	erhöhte Unsicherheit	
Handlungsakzentuierung	dichtere Wahrnehmung von Ereignissen	unkritische Rezeption
Transitivität	(emotionale) Reaktionen	
Figurenwandel	auf Figuren (PSI, PSB,	
Beziehungswandel	Identifikation, Empathie)	
kohärente Welt/tiefe Kausalität	erhöhte Plausibilität/ empfundener Realismus	
STRUKTUR		
<i>Narrativitätssteigernde Elemente</i>		<i>Rezeptionserleben</i>
		<i>Konsequenzen</i>
autonomes Ganzes/klare Struktur	besseres/schnelleres Verstehen	unkritische Rezeption
Erzählschemata/Genrenähe	Einklang mit Erwartungen	
Affektstruktur	Spannung, Überraschung, Neugier	intensive Rezeption
FORM/DARSTELLUNG		
<i>Narrativitätssteigernde Elemente</i>		<i>Rezeptionserleben</i>
		<i>Konsequenzen</i>
Dramatischer Modus	empfundene Nähe	intensive Rezeption
Kunstfertigkeit	ungestörte, eindruckliche Rezeption	unkritische und intensive Rezeption

Dazu haben wir zunächst einmal die Beziehung zwischen Transportation und unkritischer bzw. intensiver Rezeption betrachtet: Während im Modell unkritische und intensive Rezeption als Folgen von Transportation betrachtet werden, ist es sinnvoll, diese einseitige Kausalität aufzuheben und anzunehmen, dass Transportation nur dann zustande kommt und/oder aufrechterhalten wird, wenn Rezipienten intensiv rezipieren *und* zugleich den Inhalt nicht kritisch hinterfragen. Dadurch war es uns möglich, eine Brücke zum Medientext zu schlagen und Faktoren zu systematisieren, die eine unkritische und intensive Rezeption und damit indirekt auch Transportation begünstigen bzw. stören können. Diese Systematisierung wurde mithilfe des Konzeptes der Narrativität erreicht, mit dem das Potenzial des Medienangebotes zur intensiven bzw. unkritischen Rezeption bestimmt werden kann. Darauf aufbauend konnten Hypothesen über das Rezeptionserleben aufgestellt und mit Transportation und Persuasion aus dem Ursprungsmodell verbunden werden. Im Ursprungsmodell ist die Transportation ein abgestuftes Merkmal, während die Textseite entweder eine Narration darstellen kann oder eben nicht – mithin ist die Geschichtshaftigkeit eines Medientextes als dichotomes Merkmal aufgefasst. Narrativität erlaubt es nun, dem Mehr oder Weniger an Mitgehen in der Geschichte (Transportation) auch ein Mehr oder Weniger an Textpotenzial gegenüberzustellen (Narrativität). Wir gehen davon aus, dass narrativitätssteigernde Elemente (= Narrativitätsfaktoren) Rezeptionserlebnisse nach sich ziehen, die eine unkritische und intensive Rezeption fördern können und damit auch Transportation. Unsere Hypothesen verbinden also narrativitätssteigernde Elemente, die wir der Literatur entnommen haben, mit spezifischen Rezeptionserlebnissen und mit unkritischer oder intensiver Rezeption (vgl. Abb. 2).

Wir haben die Hypothese aufgestellt, dass eine *unkritische Rezeption* gefördert wird, wenn die Narration

- in sich abgeschlossen ist und mit der innerhalb der Geschichte präsentierten Information gut verstanden werden kann (autonomes Ganzes),
- eine kohärente Welt mit schlüssigen Kausalitäten darstellt, so dass keine Inkonsistenzen Fragen oder Kritik provozieren (tiefe Kausalität, kohärente Welt),
- sich an typische Genrekonventionen hält und somit Erwartungen bestätigt und ihnen nicht widerspricht (Genretreue),
- handwerklich ansprechend gestaltet ist (Kunstfertigkeit).

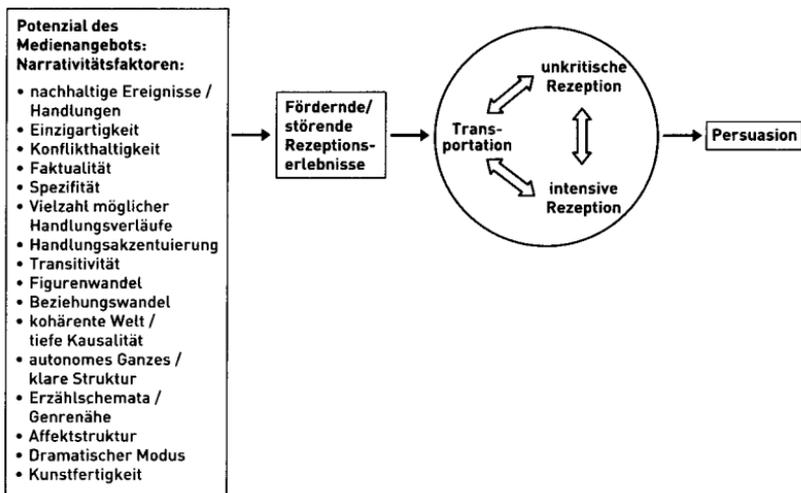
Diese Faktoren sorgen dafür, dass die Rezeption der Geschichte reibungslos abläuft und keine Ungereimtheiten auftreten, die die Rezipienten dazu bewegen könnten, die Geschichte in Frage zu stellen.

Wir nehmen an, dass ein *intensives Mitleben* in der Geschichte gefördert wird, wenn

- die dargestellten Ereignisse und Handlungen nachhaltig, einzigartig, spezifiziert und konflikthaltig sind,
- eine Vielzahl von Handlungsverläufen möglich ist (d.h., der Ausgang bleibt lange unsicher),
- die Narration handlungsorientiert ist – im Gegensatz zu beschreibungsorientiert (Handlungsakzentuierung),
- viele Interaktionen zwischen den Figuren gezeigt werden (Transitivität) und wenn dabei die Figuren selbst, aber auch ihre Beziehungen untereinander, einen Wandel durchmachen (Figurenwandel, Beziehungswandel),
- die Narration szenische Darstellungen enthält (dramatischer Modus) und
- nach den Regeln der Kunst gestaltet ist (Kunstfertigkeit).

ABBILDUNG 2

Narrativitätsfaktoren im Transportation Imagery Model (nach Green 2004)



Diese Faktoren wiederum zielen darauf ab, die Geschichte reicher und lebhafter zu machen. *Kunsthierarchie* ist dabei sowohl für unkritische als auch intensive Rezeption wichtig – eine Hypothese, die von Green und Brock (2000) mit der Erkenntnis untermauert wird, dass Texte besser wirken, wenn sie Bestsellern entnommen werden – im Unterschied zu Texten, die zu Experimentalzwecken von Psychologen gefertigt werden. Der Faktor *Kunsthierarchie* erscheint möglicherweise kontraproduktiv zum Unterfangen, textliche Faktoren der Transportation zu identifizieren, scheint er doch ein evaluatives Urteil über den Text darzustellen, das im Ermessen des Lesers liegt. Deshalb sei hier nochmals betont, dass *Kunsthierarchie* keineswegs eine kulturelle Wertigkeit über den Text ausdrücken soll – Bücher von John Grisham und Fjodor Dostojewski vermögen Leser gleichermaßen mitzureißen. Es geht eher um eine gekonnte Darstellung der Erzählperspektive, um treffsichere Stilmittel oder eindrückliche Beschreibungen. Freilich handelt es sich bei diesen Aspekten nicht um ohne weiteres objektiv bestimmbare Textmerkmale.

Das erweiterte Modell (vgl. Abb. 2) eröffnet eine Reihe von Forschungsperspektiven. Der Grundgedanke ist zunächst, die Narrativitätsfaktoren hinsichtlich ihrer tatsächlichen Wirkung auf die Rezeption zu untersuchen (Rezeptionsanalyse). In ähnlicher Weise haben Knobloch et al. (2004) untersucht, wie sich Veränderungen der Affektstruktur (durch variierte Ereignisreihungen) auf das Rezeptionserleben auswirken. Einen solchen Ansatz kann man sich auch für Narrativität vorstellen.

Der nächste Schritt wäre dann, diejenigen Narrativitätsfaktoren, die sich bei der Hypothesenüberprüfung als relevant für ein intensives und unkritisches Erleben erwiesen haben, mittels einer inhaltlichen Analyse in Medienangeboten zu bestimmen. Auf diese Weise können »Transportationspotenziale« unterschiedlicher Medienangebote, Genres oder ganzer Medien bestimmt werden – in ähnlicher Weise wie Früh (2001) Gewaltpotenziale untersucht. Transportationspotenziale geben an, wie wahrscheinlich es ist, dass Rezipienten von einem bestimmten Medienangebot transportiert werden.

Die Ermittlung von Transportationspotenzialen ist im Besonderen relevant für Wirkungsanalysen. Dass transportierende Narrationen kurzfristige persuasive Effekte auf Wissensbestände und Meinungen zeitigen, ist bereits vielfach bestätigt (z.B. GREEN/BROCK 2000; STRANGE/LEUNG 1999; TAL-OR et al. 2004; WYER/ADAVAL/COLCOMBE 2002). Transportation ist ein wichtiger Faktor im persuasiven Prozess. Deshalb sollte bei wei-

teren Untersuchungen von persuasiven Effekten die unabhängige Variable ›Medieninhalt‹ nicht nur hinsichtlich der vermittelten Botschaften (etwa präsentierte Argumente und ihre Kontexte), Inhalte (z.B. Figuren) und formaler Aspekte (z.B. Genrezugehörigkeit), sondern auch auf ihr Transportationspotenzial hin untersucht werden.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass die regelmäßige Rezeption von transportierenden Medieninhalten auch *langfristige* persuasive Wirkungen zeitigt. Und gerade bei der Untersuchung von langfristigen kumulativen Persuasionseffekten könnte sich das Transportationspotenzial im Vergleich zum Genre als aussagekräftigere, weil den Mechanismus der Transportation präziser voraussagende, unabhängige Variable erweisen. Zudem ist der einfache Zusammenhang, dass ein Mehr an konsumierten Medieninhalten zu einem Mehr an Persuasion führt, kritisch zu hinterfragen und in Abhängigkeit von Transportationspotenzialen zu untersuchen. Vielleicht bedarf es für langfristige Persuasionseffekte gar nicht einer Vielzahl von Medienstimuli, sondern es reichen wenige mit großem Transportationspotenzial. Hinweise darauf, welcher nachhaltige Einfluss einzelne Spielfilme oder Serien wie etwa *Schindlers Liste* oder *Holocaust* für die Entwicklung individueller Vorstellungs- und Einstellungswelten haben können, finden sich beispielsweise in Studien zur Konstruktion von Familiengedächtnissen (z.B. WELZER/MOLLER/TSCHUGGNALL 2002).

Die Entertainment-Education-Forschung, die nach Strategien sucht, prosoziale Botschaften in Medienformaten unterzubringen, ist ein klassischer Anwendungsbereich der narrativen Persuasion (SINGHAL/ROGERS 1999). In diesem Bereich sind Vergleiche zwischen narrativen und nicht-narrativen Formaten geläufig, nicht aber zwischen unterschiedlichen Abstufungen der Narrativität. Relevanz kann das Wissen um Narrativitätsgrade gerade hier gewinnen, weil es die typischerweise verwendeten Formate wie Fernsehspots oder Printanzeigen in der Regel nicht zulassen, dass über weite Strecken Spannungsbögen aufgebaut werden. Viele der oben beschriebenen Narrativitätsfaktoren lassen sich hingegen auch in diesen kurzen Formaten unterbringen.

Auch in der Nachrichtenforschung vermag das Konzept der Narrativität nützlich zu sein. Hier existiert bereits ein verwandtes Konzept, das bislang kaum in Zusammenhang mit Narrativität gebracht wird, sondern darauf abstellt, was eine Nachricht zu einer berichtens- und erinnernden Nachricht macht: Nachrichtenfaktoren, die in der Summe den

Nachrichtenwert eines Beitrages ausmachen. Teilweise kann man Nachrichtenfaktoren und Narrativitätsfaktoren zur Deckung bringen (z. B. den Nachrichtenfaktor ›Konflikt‹ und das narrativitätssteigernde Element ›Konflikthaltigkeit‹), teilweise ließe sich das Repertoire an Nachrichtenfaktoren mit Narrativitätsfaktoren sinnvoll ergänzen bzw. spezifizieren. Ausgangspunkt wäre ein Vergleich von Nachrichtenwert und Narrativität einzelner Beiträge, der, gekoppelt mit einer Untersuchung von Verstehens- und Behaltungsleistungen auf Seiten der Rezipienten, Hinweise für die Nachrichtengestaltung geben könnte. Eine solche Untersuchung könnte als empirische Weiterführung einer umfangreichen (kulturwissenschaftlich-theoretischen) Forschungstradition fungieren, die sich bereits mit dem Verhältnis von Nachrichten und Narrationen befasst.¹¹

Auch im Kontext langfristiger Medienwirkungen kann der Einbezug von Narrativität sinnvoll sein. So finden Narrationstheorien etwa seit kurzem Eingang in die Kultivierungsforschung. Transportation wird hier als Faktor diskutiert, der auch für langfristige, kumulative Medienwirkungen relevant ist (BILANDZIC 2005; BUSSELLE/RYABOVOLOVA/WILSON 2004). Darin spiegelt sich das Bestreben wider, über Menge und Inhalt der konsumierten Medienangebote hinauszugehen und das Rezeptionserleben als erklärende Variable in die Kultivierungsanalyse einzubeziehen. Eine mögliche Schlussfolgerung könnte sein, dass Medieninhalte, die transportieren, schneller und intensiver wirken als solche, die zwar häufig rezipiert werden, aber wenig transportieren (BILANDZIC 2005).

Die hier vorgestellte Erweiterung des Transportation-Imagery Model kann sicherlich noch nicht als erschöpfend angesehen werden. Zum einen fehlen Erkenntnisse über die Interaktion der narrativitätssteigernden Elemente. Wirken die einzelnen Narrativitätsfaktoren komplementär oder additiv zusammen? Gibt es eine Schwelle, eine Art Mindestanzahl an Narrativitätsfaktoren, die erzielt werden muss, damit eine Geschichte transportiert? Stellen gar bestimmte Narrativitätsfaktoren eine notwendige Voraussetzung dar, während andere die Transportation zwar steigern können, aber nicht grundsätzlich notwendig sind? Zum anderen muss das Zusammenspiel von Narrativität und rezipientenbezogenen Faktoren (wie etwa Vorlieben, Vorwissen, Befindlichkeit, Rezepti-

11 An dieser Stelle sei exemplarisch verwiesen auf SCHUDSON 1982; LINK 1986; MANDER 1987; BIRD/DARDENNE 1990; KOZLOFF 1992; LIEBES 1994; GUREVITCH/KAVOORI 1994; KUNELIUS 1994; LEWIS 1994; BERGER 1997; ROEH 1998; BELL 1998 und 1999; LULE 2001; HICKETHIER 2002; LUGINBÜHL/SCHWAB/BURGER 2004 und BLEICHER 2005.

onszielen) geklärt werden. Diese beiden Desiderata sind sicherlich nicht rein auf einer konzeptuellen Ebene zu verorten, sondern bedürfen einer empirischen Verfeinerung, wie auch das Modell als Ganzes eine konkrete Forschungsperspektive mit dem oben dargestellten Zwischenschritt aus Rezeptions- und Wirkungsanalyse erschließt.

Literatur

- ABBOTT, H. P.: *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge [University Press] 2002
- BELL, A.: The discourse structure of news stories. In: Bell, A.; P. Garrett (Hrsg.): *Approaches to media discourse*. Oxford [Blackwell Publishers] 1998, S. 64-104
- BELL, A.: News Stories as Narratives. In: JAWORSKI, A.; N. COUPLAND (Hrsg.): *The Discourse Reader*. London, New York [Routledge] 1999, S. 236-251
- BERGER, A. A.: *Narratives in popular Culture, Media, and Everyday Life*. Thousand Oaks [Sage] 1997
- BILANDZIC, H.: *The perception of distance moderates the cultivation effect. A theoretical consideration of the relationship between television content, processing experience, and the viewer's everyday life*. Paper presented at the Annual Conference of the ICA, New York, 2005
- BIOCCA, F.: The evolution of interactive media. Toward being there in nonlinear narrative worlds. In: GREEN, M.; J. STRANGE; T. BROCK (Hrsg.): *Narrative Impact. Social and cognitive foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 97-130
- BIRD, E. S.; R. W. DARDENNE: Myth, chronicle, and story. Exploring the narrative qualities of news. In: CAREY, J. W. (Hrsg.): *Media, myths and narratives. Television and the press*. Newbury Park/London/New Delhi [Sage] 1990, S. 67-86
- BLEICHER, J. K.: Television as myth. Poetics of a narrative epistemological system. In: URICCHIO, W.; S. KINNEBROCK (Hrsg.): *Media cultures*. Heidelberg [Universitätsverlag] in Druck, S. 117-128
- BÖCKING, S.; W. WIRTH; C. RISCH: Suspension of Disbelief: Historie und Konzeptualisierung für die Kommunikationswissenschaft. In: VOLKER GEHRAU, HELENA BILANDZIC, JENS WOELKE (Hrsg.): *Rezeptionsstrategien und Rezeptionsmodalitätentung*. München [Fischer] 2005, S. 41-60

- BORDWELL, D.: Narration in the fiction film. London [Methuen] 1985
- BREWER, W. F.: Literary theory, rhetoric, and stylistics: implications for psychology. In: SPIRO R. J.; B. C. BRUCE; W. F. BREWER (Hrsg.): *Theoretical issues in reading comprehension: perspectives from cognitive psychology, linguistics, artificial intelligence, and education*. Hillsdale, NJ [Lawrence Erlbaum] 1980, S. 221-239
- BREWER, W. F.: The story schema: Universal and culture-specific properties. In: HILDYARD, A. (Hrsg.): *Literacy, language, and learning: The nature and consequences of reading and writing*. Cambridge [Cambridge University Press] 1985, S. 167-194
- BREWER, W. F.; E. H. LICHTENSTEIN: Event schemas, story schemas, and story grammars. In: LONG, J.; A. BADDELY (Hrsg.): *Attention and performance IX*. Hillsdale, NJ [Lawrence Erlbaum] 1981, S. 363-379
- BREWER, W. F.; E. H. LICHTENSTEIN: Stories are to entertain: A structural-affect theory of stories. In: *Journal of Pragmatics*, 6, 1982, S. 473-486
- BROCK, T. C.; J. J. STRANGE; M. C. GREEN: Power beyond reckoning. An introduction to narrative impact. In: GREEN, M.; J. STRANGE; T. BROCK (Hrsg.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 1-15
- BRUNER, J.: The Narrative Construction of Reality. In: *Critical Inquiry* 18, 1, 1991, S. 1-21
- BUSSELLE, R. W.; A. RYABOVOLOVA; B. WILSON: Ruining a good story: cultivation, perceived realism and narrative. In: *Communications. The European Journal of Communication* 29, 3, 2004, S. 365-378
- COSTE, D.: *Narrative as communication*. Minneapolis [University of Minnesota Press] 1989
- CSIKSZENTMIHALYI, M.: *Flow: The psychology of optimal experience*. New York [Harper Trade] 1991
- CZARNIAWSKA, B.: *Narratives in social science research*. Newbury Park, CA [Sage] 2004
- DAL CIN, S.; M. P. ZANNA; G. T. FONG: Narrative persuasion and overcoming resistance. In: KNOWLES, E. S.; J. A. LINN (Hrsg.): *Resistance and persuasion*. Mahwah, NJ [Erlbaum] 2004, S. 175-191
- FISHER, W. R.: *Human communication as narration. Toward a philosophy of reason, value and action*. Columbia, SC [University of South Carolina Press] 1987
- FRÜH, W.: *Gewaltpotentiale des Fernsehangebots. Programmangebot und zielgruppenspezifische Interpretation*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 2001

- GERRIG, R. J.: *Experiencing narrative worlds*. New Haven, CT [Yale University Press] 1993
- GRAESSER, A. C.; B. OLDE; B. KLETTKE: How does the mind construct and represent stories? In: GREEN, M.; J. STRANGE; T. BROCK (Hrsg.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 229-262
- GREEN, M. C.: Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. In: *Discourse Processes* 38, 2, 2004, S. 247-266
- GREEN, M. C.; T. C. BROCK: The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. In: *Journal of Personality and Social Psychology* 79, 5, 2000, S. 701-721
- GREEN, M. C.; T. C. BROCK: In the mind's eye. Transportation-imagery model of narrative persuasion. In: GREEN, M.; J. STRANGE; T. BROCK (Hrsg.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 315-341
- GREEN, M. C.; T. C. BROCK; G. F. KAUFMAN: Understanding media enjoyment: the role of transportation into narrative worlds. In: *Communication Theory* 14, 4, 2004, S. 311-327
- GRIMM, P.: *Filmnarratologie. Eine Einführung in die Praxis der Interpretation am Beispiel des Werbespots*. München [diskurs film Verlag] 1996
- GUREVITCH, M.; A. P. KAVOORI: Global texts, narrativity, and the construction of local and global meanings in television news. In: *Journal of Narrative and Life History* 4, 1-2, 1994, S. 9-24
- HICKETHIER, K.: Das Erzählen der Welt in den Fernsehnachrichten. Überlegungen zu einer Narrationstheorie der Nachricht. In: NEVERLA, I.; E. GRITTMANN; M. PATER (Hrsg.): *Grundlagentexte zur Journalistik*. Konstanz [UVK Verlagsgesellschaft] 2002, S. 657-681
- HORTON, D.; R. R. WOHL: Mass communication and parasocial interaction. In: *Journal of Psychiatry*, 19, 1956, S. 215-229
- KIENER, W.: *Die Kunst des Erzählens: Narrativität in dokumentarischen und ethnographischen Filmen*. Konstanz [UVK-Medien] 1999
- KNOBLOCH, S.; G. PATZIG; A.-M. MENDE; M. HASTALL: Affective news: effects of discourse structure in narratives on suspense, curiosity, and enjoyment while reading news and novels. In: *Communication Research* 31, 3, 2004, S. 259-287
- KOZLOFF, S.: Narrative theory and television. In: ALLEN, R. (Hrsg.): *Channels of discourse, reassembled. Television and contemporary criticism*. Second

- Edition. Chapel Hill/(London [University of North Carolina Press] 1992, S. 67-100
- KUNELIUS, R.: Order and interpretation: A narrative perspective on journalistic discourse. In: *European Journal of Communication* 9, 1994, S. 249-270
- LABOV, W.: The transformation of experience in narrative syntax. In: LABOV, W. (Hrsg.): *Language in the inner city. Studies in the black English vernacular* (ursprünglich 1972 in Philadelphia publiziert). Oxford [Blackwell] 1977, S. 354-396
- LABOV, W.; J. WALETZKY: Erzählanalyse. Mündliche Versionen persönlicher Erfahrung. In: IHWE, J. (Hrsg.): *Literaturwissenschaft und Linguistik (Band 2)*. Frankfurt/M. [Fischer] 1973, S. 78-126
- LEWIS, J.: The absence of narrative. Boredom and the residual power of television news. In: *Journal of Narrative and Life History* 4, 1-2, 1994, S. 25-40
- LIEBES, T.: Narrativization of the news. An introduction. In: *Journal of Narrative and Life History* 4, 1-2, 1994, S. 1-8
- LINK, J.: Elementare narrative Schemata in der Boulevardpresse. In: KLÖPPER, R.; K.-D. MÖLLER (Hrsg.): *Narrativität in den Medien*. Münster/Mannheim [MAKS] 1986, S. 209-230
- LOMBARD, M.; R. D. REICH; M. E. GRABE; C. C. BRACKEN; T. B. DITTON: Presence and television: the role of screen size. In: *Human Communication Research* 26, 1, 2000, S. 75-98
- LUGINBÜHL, M.; K. SCHWAB; H. BURGER: *Geschichten über Fremde. Eine linguistische Narrationsanalyse von Schweizer Fernsehnachrichten von 1957 bis 1999*. Bern [Peter Lang] 2004
- LULE, J.: *Daily News, Eternal Stories. The Mythological Role of Journalism*. New York, London [Guilford Press] 2001
- MAIR, M.: Psychology as storytelling. In: *International Journal of Personal Construct Psychology*, 1, 1988, S. 125-138
- MANDER, M. S.: Narrative Dimensions of the News: Omniscience, Prophecy, and Morality. In: *Communications*, 10, 1987, S. 51-70
- MARTINEZ, M.; M. SCHEFFEL: *Einführung in die Erzähltheorie*. 5. Auflage. München [C.H. Beck] 2003
- NÜNNING, A.: Narrativität. In: NÜNNING, A. (Hrsg.): *Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie: Ansätze – Personen – Grundbegriffe* (3. erweiterte und aktualisierte Auflage). Stuttgart/Weimar [J.B. Metzler Verlag] 2004, S. 483-484

- OATLEY, K.: A taxonomy of literary response and a theory of identification in fictional narrative. In: *Poetics*, 23, 1994, S. 53-74
- OATLEY, K.: Emotions and the story worlds of fiction. In: BROCK, T. (Hrsg.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 39-69
- PETTY, R. E.; J. T. CACIOPPO: *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York [Springer-Verlag] 1986
- POLICHAK, J. W.; R. J. GERRIG: »Get up and win!« Participatory responses to narrative. In: BROCK, T. (Hrsg.): *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 71-95
- PRENTICE, D. A.; R. J. GERRIG; D. S. BAILIS: What readers bring to the processing of fictional texts. In: *Psychonomic Bulletin & Review* 4, 3, 1997, S. 416-420
- PRINCE, G.: *A grammar of stories. An introduction*. The Hague [Mouton] 1973
- PRINCE, G.: *Narrantology. The form and functioning of narrative*. Berlin/New York/Amsterdam [Walter de Gruyter] 1982
- PRINCE, G.: Revisiting Narrativity. In: GRÜNZWEIG, W.; A. SOLBACH (Hrsg.): *Grenzüberschreitungen. Narratologie im Kontext. Transcending Boundaries. Narratology in Context*. Tübingen [Gunter Narr] 1999, S. 43-51
- PRINCE, G.: *Dictionary of narratology*. Lincoln/London [University of Nebraska Press] 2003
- RICHARDSON, L.: Narrative and sociology. In: *Journal of Contemporary Ethnography* 19, 1, 1990, S. 116-135
- ROEH, I.: Journalism as story telling, coverage as narrative. In: *American Behavioral Scientist*, 33, 1998, S. 162-168
- RYAN, M.-L.: *Possible worlds, artificial intelligence, and narrative theory*. Bloomington, Indianapolis [Indiana University Press] 1991
- RYAN, M.-L.: The modes of narrativity and their visual metaphors. In: *Style* 26, 3, 1992, S. 368-387
- SCHUDSON, M.: The politics in narrative form. The emergence of news conventions in print and television. In: *Daedalus*, 111, 1982, S. 97-112
- SCHULZ, W.: *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg/München [Karl Alber] 1976
- SCHÜTZ, H. J.: *Verbotene Bücher. Eine Geschichte der Zensur von Homer bis Henry Miller*. München [C. H. Beck] 1990
- SHAPIRO, M. A.; T. M. CHOCK: Psychological processes in perceiving reality. In: *Media Psychology* 5, 2, 2003, S. 163-198
- SINGHAL, A.; E. M. ROGERS: *Entertainment-education and social change. A com-*

- munication strategy for social change*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 1999
- SLATER, M. D.; D. ROUNER: Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. In: *Communication Theory* 12, 2, 2002, S. 173-191
- STERNBERG, M.: How Narrativity Makes a Difference. In: *Narrative* 9, 2, 2001, S. 115-122
- STRANGE, J. J.; C. C. LEUNG: How anecdotal accounts in news and in fiction can influence judgments of a social problem's urgency, causes, and cures. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 1999, S. 436-449
- TAL-OR, N.; D. S. BONINGER; A. PORAN; F. GLEICHER: Counterfactual thinking as a mechanism in narrative persuasion. In: *Human Communication Research* 30, 3, 2004, S. 301-328
- WELZER, H.; S. MOLLER; K. TSCHGGNALL: »Opa war kein Nazi«. *Nationalsozialismus und Holocaust im Familiengedächtnis*. Frankfurt/M. [Fischer] 2002
- WUSS, P.: *Filmanalyse und Psychologie. Strukturen des Films im Wahrnehmungsprozess*. 2. Auflage. Berlin [Edition Sigma] 1999
- WYER, R. S.; R. ADAVAL; S. J. COLCOMBE: Narrative-based representations of social knowledge: their construction and use in comprehension, memory, and judgment. In: ZANNA, M. P. (Hrsg.): *Advances in experimental social psychology* (34). New York [Academic Press] 2002, S. 131-197
- ZILLMANN, D.; T. A. HAY; J. BRYANT: The effect of suspense and its resolution on appreciation of dramatic presentations. In: *Journal of Research in Personality*, 9, 1975, S. 307-323