

UNTERHALTUNGSFORSCHUNG

Marco Dohle / Gerhard Vowe (Hrsg.)

Politische Unterhaltung –
Unterhaltende Politik

Forschung zu Medieninhalten, Medienrezeption
und Medienwirkungen

HERBERT VON HALEM VERLAG

MATTHIAS R. HASTALL / FREYA SUKALLA /
HELENA BILANDZIC

Fiktionale Geschichten und ihre Wirkungen auf die Wahrnehmung der politischen und sozialen Realität

Fiktionale Geschichten erreichen tagtäglich ein Millionenpublikum und porträtieren viele politische Akteure und Prozesse. Relativ früh wurde die Frage diskutiert, in welchem Ausmaß populäre Narrationen (z. B. Serien, Filme oder Romane) das Wissen, die Einstellungen und Verhaltensweisen der Rezipienten beeinflussen und welche kurz- und langfristigen Folgen dies für soziale und politische Systeme hat. Ziel dieses Beitrags ist es, den entsprechenden theoretischen und empirischen Forschungsstand zu systematisieren. Nach einer begrifflichen Annäherung wird zunächst das Wirkungspotenzial fiktionaler Narrationen expliziert. Im Anschluss werden theoretische Ansätze zur Erklärung der persuasiven Kraft von Narrationen zusammen mit entsprechenden empirischen Ergebnissen vorgestellt. Dabei werden sowohl klassische Ansätze der Forschung zur politischen Kommunikation (z. B. Agenda Setting, Theorie der Schweigespirale) und der Medienwirkungsforschung (Kultivierungsannahme, Sozialkognitive Lerntheorie) als auch Zugänge der narrativen Persuasion (z. B. Transportation, Identifikation) berücksichtigt. Nach einer Zusammenfassung erfolgt ein Ausblick auf vielversprechende Bereiche für zukünftige Forschungsarbeiten.

1. Einleitung

Menschen gelten als *homo narrans* (FISHER 1987; VASQUEZ 1993), als »animals who make stories but also animals who are made by our stories« (SMITH

2003: 64). Schon als Kleinkinder kommen wir mit Geschichten und Märchen in Kontakt und werden bis ans Lebensende medienübergreifend von einer milliardenschweren Unterhaltungsindustrie mit Geschichten versorgt, zum Beispiel in Fernsehserien, Kinofilmen, Hörspielen, Computerspielen, Romanen, Online-Soaps, Theaterstücken, Musicals oder Liedern. Gute Geschichten werden durch das Publikum stark nachgefragt und erreichen nicht selten ein Millionenpublikum. Sie werden, soweit es beispielsweise Kino- oder Fernsehfilme betrifft, durchaus 90 Minuten und länger ohne Unterbrechung rezipiert. Gute Geschichten können die Aufmerksamkeit der Rezipienten für eine sehr lange Zeit fesseln (BROCK/STRANGE/GREEN 2002). Populäre Fernsehserien schaffen es sogar, ein Millionenpublikum über Jahre am Schicksal der Hauptcharaktere teilhaben zu lassen. Da Menschen intentional und nicht intentional (implizit) viel aus Geschichten lernen können, liegt die Frage nahe, welche Wirkungen die Rezeption fiktionaler Narrationen auf die Wahrnehmung der sozialen und politischen Realität hat (GERBNER 1998). Nach einem Exkurs zur Definition von Narrationen und ihrem Wirkungspotenzial werden zentrale theoretische Ansätze und ausgewählte Befunde vorgestellt, bevor vielversprechende Ansatzpunkte für künftige Forschungsarbeiten diskutiert werden.

2. Zum Wirkungspotenzial fiktionaler Narrationen

Die Forschung zur politischen Kommunikation beschäftigte sich bislang primär mit dem Einfluss informierender Medienangebote auf Rezipienten (z. B. REINEMANN/ZERBACK 2013). Untersuchungen zum Einfluss unterhaltender und insbesondere narrativer Formate auf politische Einstellungen wurden zumindest in diesem Forschungsbereich vergleichsweise selten durchgeführt (z. B. MUTZ/NIR 2010; WÜNSCH/NITSCH/EILDERS 2012). Der in den letzten zwei Jahrzehnten in mehreren Disziplinen zu beobachtende *Narrative Turn* (PUNDAY 2002; RYAN 2007), die verstärkte Zuwendung zu Narrationen als Forschungsgegenstand, bewirkte jedoch einen merklichen Anstieg entsprechender Forschungsarbeiten. Aus anderen Teildisziplinen der Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie aus Nachbardisziplinen liegen hingegen unzählige Untersuchungen mit fiktionalen Narrationen als Stimulusmaterial vor, wobei die abhängigen Variablen dieser Studien zumeist nur politische Einstellungen oder Intentionen im weiteren Sinne repräsentieren (z. B. *just-world beliefs*: APPEL 2008a; Einschätzungen

der Dringlichkeit sozialer Probleme: STRANGE/LEUNG 1999). Fiktionale Narrationen zählen zum Bereich der Unterhaltungsformate, aber nicht jedes Unterhaltungsformat (z. B. Reality-TV, Talkshows oder sonstige Fernsehshows) ist originär narrativ angelegt. Deswegen ist bei Analysen von Befunden zu unterhaltenden Medienangeboten stets zu prüfen, inwieweit sich die getroffenen Aussagen tatsächlich auf *narrative* Formate beziehen.

2.1 Narrationen: Eine begriffliche und konzeptionelle Klärung

In der Literatur finden sich sehr unterschiedliche Zugänge zur Definition von Narrationen (vgl. RYAN 2007). In Anlehnung an Hinchman und Hinchman (1997: xvi) verstehen wir Narrationen nachfolgend als mediale Repräsentationen von Ereignissen, die in sequenzieller Abfolge auf eine sinnvolle Weise miteinander verknüpft sind und die den Rezipienten Einblicke in die Welt, Gefühle und Motive der handelnden Charaktere erlauben. Narrationen sind damit zunächst von rein fakten-, logik- oder statistikbasierten und primär informierenden Medienangeboten abzugrenzen, wie sie beispielsweise für den Nachrichtenjournalismus typisch sind – wobei allerdings auch dort narrative Darstellungen realer Ereignisse an Bedeutung gewonnen haben (FULTON 2005; NERONE 2008). Wir beschränken uns hier auf die Diskussion *fiktionaler Narrationen*, also auf inszenierte und dramaturgisch aufbereitete Darstellungen einer mehr oder weniger frei erfundenen Geschichte, wie sie für Romane, Fernsehserien und Filme typisch sind. Solche Geschichten können in fiktiven Welten spielen (z. B. *Star Trek*), aber auch auf ›wahren‹ Ereignissen beruhen, wie beispielsweise Biografieverfilmungen (z. B. *Nixon*) oder Verfilmungen historischer Ereignisse (z. B. *Pearl Harbor*). Die Abgrenzung zwischen fiktionalen und nicht fiktionalen Narrationen ist zwar gelegentlich schwierig, entscheidend ist jedoch, dass den Rezipienten im ersten Fall bewusst ist, dass es sich um eine künstlerische Adaption handelt, die primär zum Zweck der *Unterhaltung* produziert wurde und nicht um die möglichst exakte und unverfälschte Rekonstruktion von Ereignissen, bei der Aspekte wie Faktentreue, Authentizität und Informationsgehalt im Vordergrund stehen. Fiktionale Narrationen lassen sich zumeist bestimmten Genres zuordnen (z. B. Action-Filme, Liebesfilme, Tragödien) und sind oft professionell produziert, um ein hohes Absorptions- bzw. Transportationspoten-

zial zur Sicherstellung hoher emotionaler Involviertheit der Rezipienten zu erreichen (GREEN/BROCK 2000). Der mit großem Abstand wichtigste massenmediale Geschichtenerzähler ist seit Jahrzehnten das Fernsehen (GERBNER 2001), allerdings erreichen auch Romane, Hörspiele, Musicals und Internetangebote größere Publika.

2.2 *Narrationen und Persuasion*

Narrationen gelten grundsätzlich als sehr persuasiv (BROCK/STRANGE/GREEN 2002). Aufgrund ihres konkreten und anschaulichen Charakters sind sie meist intuitiv verständlich, weswegen sie zu den »most universal means of representing human events« zählen (BENNETT/EDELMAN 1985: 156). Ihre Grundstruktur einer Abfolge sequenziell miteinander verknüpfter Ereignisse korrespondiert mit der natürlichen Realitätswahrnehmung und Wissensrepräsentation im episodischen Gedächtnis. Die Rezeption von Geschichten wird zumeist als angenehm erlebt, obgleich der eigentliche Rezeptionsprozess bei sehr spannenden Narrationen auch aversive Empfindungen wie Furcht, Unruhe oder Stress bewirken kann, die beim guten Ausgang der Geschichte allerdings zum entsprechend starken Erleben positiver Emotionen führen (ZILLMANN 1996). In inhaltlicher Hinsicht versprechen Narrationen spannende Unterhaltung, da sie *Konflikte* zwischen Personen oder Kräften thematisieren (CHATMAN 1989) und fast immer *moralische Fragen* aufwerfen (HAKEMULDER 2000). Narrationen erlauben es den Rezipienten, fremde Welten kennenzulernen und mit interessanten Charakteren in Kontakt zu kommen. Anhand der »guten« und »schlechten« Charaktere können die kurz- und langfristigen Folgen bestimmter Handlungen oder Entscheidungen miterlebt und vor allem mitgeföhlt werden, woraus sich Lehren für das eigene Handeln ziehen lassen.

Entscheidend für das Wirkungspotenzial von Narrationen ist ihre Kraft, die Aufmerksamkeit der Rezipienten in einem Maße zu binden, das zu einem flow-ähnlichen Zustand (*Transportation*: GREEN/BROCK/KAUFMAN 2004; *narratives Erleben*: BUSSELLE/BILANDZIC 2009) führen kann (siehe hierzu Kapitel 4). Hinzu kommt, dass Narrationen von den Rezipienten als primär unterhaltendes – also wenig intentional beeinflussendes – Medienangebot angesehen werden, weswegen die Zuwendung generell unkritisch erfolgt. Da persuasive Botschaften innerhalb von Narrationen selten explizit kommuniziert werden, sondern sich eher indirekt aus den Handlungen und

Folgen der Geschichte ergeben, sind im Vergleich zu expliziten Überzeugungsversuchen weniger abwehrende Reaktionen wie Reaktanz, Gegenargumente oder selektive Vermeidung zu erwarten (MOYER-GUSÉ 2008).

Die denkbaren Verknüpfungen zwischen fiktionalen Narrationen und den Urteilen der Rezipienten über die politische und soziale Realität sind vielschichtig und werden typischerweise stark von den Charakteristika der Narration, der Rezipienten und des situativen Rezeptionskontextes beeinflusst sein. Bereits die reine Rezeption von Narrationen kann, unabhängig vom Inhalt der Geschichte, als problematisch angesehen werden, da die hierfür aufgewendete Zeit – die durchaus mehrere Stunden pro Tag umfassen kann (RIDDER/ENGEL 2010) – nicht für tatsächliche politische Aktivitäten zur Verfügung steht. Die Vielzahl parallel verfügbarer Medienangebote und angebotener Narrationen macht es Rezipienten zudem einfacher, politischen Informationen selektiv auszuweichen, was negative Konsequenzen für das politische Wissen und die Wahlbeteiligung haben kann (PRIOR 2005).

Gleichwohl werden die politische und soziale Realität sowie ihre Repräsentanten und Gegner in vielen Narrationen porträtiert, weswegen selbst die Rezeption vermeintlich unpolitischer Narrationen Einsichten in die konkreten Zustände politischer und sozialer Systeme verspricht und Debatten über Normen oder Werte anstoßen kann (CURRAN 2005). Nicht nur in Krimiserien, -filmen und -romanen, sondern auch in vielen anderen Genres haben Vertreter der Exekutive (z. B. Polizisten), der Judikative (Richter) und der Legislative (Politiker) und zahlreiche soziale Gruppen eine zentrale Bedeutung für die Handlung (siehe auch den Beitrag von EILDERS/NITSCH in diesem Band). Insbesondere die Darstellungen politischer Akteure und Prozesse gelten oft als verzerrt, weswegen wiederholt vermutet wurde, dass die Rezeption fiktionaler Narrationen problematische Sichtweisen auf die politische und soziale Realität begünstigt (vgl. z. B. GERBNER 1998; MUTZ/NIR, 2010; WÜNSCH/NITSCH/EILDERS 2012). Mutz und Nir (2010) konnten beispielsweise zeigen, dass Seher fiktionaler Krimiserien, in denen das Rechtssystem als ungerecht (vs. gerecht) porträtiert wurde, das Rechtssystem ihres Landes entsprechend als unfairer, dysfunktionaler und reformbedürftiger einstufen und analog der Todesstrafe kritischer gegenüberstanden. Ein Hauptgrund für derartige Übertragungen fiktionaler Erkenntnisse auf die Realität dürfte sein, dass Rezipienten selbst in fiktionalen Narrationen nach realweltlichen Bezügen suchen (GERRIG 1993). Bei fiktionalen Narrationen, die qua Definition Konflikte dramaturgisch

inszenieren, erscheinen Forderungen nach sachlicher Korrektheit oder Ausgewogenheit der Darstellung als wenig zweckmäßig. Zudem wäre selbst dann nicht sichergestellt, dass nicht intendierte oder als dysfunktional betrachtete Einflüsse auf Rezipienten ausblieben: Selbst eine realitätsnahe Darstellung der Komplexität politischer Abläufe oder problematischer sozialer Entwicklungen kann bewirken, dass einige Rezipienten – trotz eines eventuell nachweisbaren Wissenszuwachses – dem politischen System oder seinen Vertretern als Folge der Rezeption distanzierter gegenüberstehen (siehe auch den Beitrag von WOLLING in diesem Band).

3. Klassische Erklärungsansätze

Welche Ansätze lassen sich zur Erklärung möglicher Wirkungen fiktionaler Narrationen auf die Wahrnehmung der politischen und sozialen Realität heranziehen? Zunächst werden einige klassische Ansätze der politischen Kommunikation angesprochen, deren Annahmen sich gut auf fiktionale Narrationen übertragen lassen, auch wenn bislang kaum spezifische Untersuchungen vorliegen. Im Anschluss werden zwei Medienwirkungsansätze vorgestellt, bei denen politische Effekte jedoch eine eher untergeordnete Rolle spielen, bevor mit der narrativen Persuasion ein alternativer theoretischer Zugang diskutiert wird.

3.1 *Politische Kommunikationstheorien und Narrationen*

Agenda-Setting

Der Agenda-Setting-Ansatz (MCCOMBS/SHAW 1972) zählt zu den bekanntesten Theorien der politischen Kommunikation und postuliert einen positiven Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der medialen Thematisierung bestimmter Sachverhalte (Medienagenda) und der Relevanz, die Bürger diesen Themen zuschreiben (Publikumsagenda). Die dem Agenda-Setting zugrunde liegenden psychologischen Mechanismen der erhöhten Zugänglichkeit (Accessibility) von bestimmten Themen im Gedächtnis, auf welche dann in folgenden Situationen wahrscheinlicher zurückgegriffen wird, lassen sich jedoch nicht nur auf politische Inhalte anwenden, sondern auch auf unterhaltende und narrative. Holbrook und Hill (2005) argumentieren, dass Unterhaltungs-

inhalte aufgrund ihrer hohen Nutzungshäufigkeit, ihrer narrativen Struktur und ihrer Dauer die chronische Zugänglichkeit, also die langfristige Salienz politischer Themen – und damit Agenda-Setting-Effekte – begünstigen und konnten zeigen, dass das häufige Sehen von Krimi-Serien die Relevanz des Themenbereichs Kriminalität bei den Rezipienten erhöht.

Priming

Beim Agenda-Setting-Ansatz steht primär die Relevanz politischer oder sozialer Themen für die Rezipienten als Medieneffekt im Fokus. Beim Priming geht es im Unterschied hierzu vor allem darum, dass eine intensive Medienberichterstattung über bestimmte Themen oder Ereignisse zur Folge haben kann, dass die mit diesen Themen oder Ereignissen verbundenen Kompetenzen einzelner Personen oder Gruppen für Einstellungen, Urteile oder Verhaltensweisen von Rezipienten in den Vordergrund treten (PRICE/TEWKSBURY 1997; ROSKOS-EWOLDSEN/ROSKOS-EWOLDSEN/CARPENTIER 2009). Im Mittelpunkt entsprechender Forschungsarbeiten standen insbesondere die konkreten Bewertungskriterien, die den Rezipienten von Medien zur Beurteilung von Akteuren (z. B. Politikern) nahelegt werden. Studien zu narrativen Medieninhalten fehlen jedoch bislang weitgehend. Holbert, Pillion, Tschida, Armfield, Kinder, Cherry und Daulton (2003) konnten aber zeigen, dass die positive Darstellung der amerikanischen Präsidentschaft in der Serie *The West Wing* bei den Zuschauern positive Gedanken über das Amt des Präsidenten primen. Dies bewirkte auch eine positivere Evaluation der realen us-Präsidenten Bill Clinton und George Bush.

Framing

Beim Framing-Ansatz (ENTMAN 1993) steht die Frage im Mittelpunkt, inwiefern die spezifische Darstellung von Sachverhalten mit der Betonung bestimmter Einzelaspekte einen Rahmen für die Interpretation von Botschaften vorgibt, der wiederum bestimmte Einstellungs- und Verhaltens-effekte fördert. Die Grundannahme ist auch hier, dass die in Botschaften besonders herausgestellten Aspekte salienter für die Rezipienten sind und dementsprechend stark die Urteile beeinflussen (SCHEUFELE 1999). Eine Studie von Strange und Leung (1999), bei der eine fiktionale Geschichte über einen High-School-Abbrecher als Stimulusmaterial verwendet wurde, ergab

beispielsweise, dass die Versuchsteilnehmer je nach dem Framing der Geschichte entweder individuelle oder strukturelle Ursachen als entscheidend für Schulabbrüche ansahen und infolgedessen unterschiedlich stark politische Maßnahmen zur Verbesserung der Situationen an Schulen (z. B. eine verbesserte Finanzierung) befürworteten. Mulligan und Habel (2011) schlagen die Bezeichnung ›fiktionales Framing‹ für die Beschreibung entsprechender Effekte von Unterhaltungsangeboten vor. In einer Studie untersuchten sie Framing-Effekte des Films *The Cider House Rules*, der das Recht auf Abtreibung bei Inzest-Schwangerschaften nahelegt. Die Einstellungen der Probanden, die den Film gesehen hatten, waren mit dem Framing im Film konsistenter als die Einstellungen der Kontrollgruppe, die keinen Film gesehen hatte.

Videomalaise

Bei der Videomalaise-Hypothese (ROBINSON 1976) handelt es sich um die relativ unspezifische Annahme, dass die Nutzung massenmedialer Inhalte eine Entfremdung der Bürger vom politischen Geschehen begünstigte und damit die Politikverdrossenheit förderte. Die empirischen Befunde sind bislang allerdings uneindeutig (HOLTZ-BACHA 1990; WÜNSCH/NITSCH/EILDERS 2012; siehe auch den Beitrag von WOLLING in diesem Band).

Theorie der Schweigespirale

Die Theorie der Schweigespirale (NOELLE-NEUMANN 1974) beschreibt die Entstehung der öffentlichen Meinung zu bestimmten Sachverhalten. Sie fokussiert dabei insbesondere auf individuelle und massenmediale Mechanismen, die etwa dazu führen können, dass eine tatsächliche Minderheitenmeinung von der Bevölkerung als Mehrheitsmeinung wahrgenommen wird, was letztendlich einen Meinungsumschwung bei großen Teilen der Bevölkerung bewirken kann. Argumentiert wird dabei insbesondere mit der Angst von Menschen, sich öffentlich zu Themen zu äußern, wenn sie ihre Sichtweise als Minderheitenmeinung wahrnehmen (z. B. SCHEUFELE/MOY 2000). Kielwasser und Wolf (1992) argumentieren vor diesem Hintergrund beispielsweise, dass die Dominanz heterosexueller Charaktere in Fernsehprogrammen eine sich selbst verstärkende Spirale der sozialen Isolierung homosexueller Menschen fördern könne. Bislang fehlen jedoch aussagekräftige empirische Nachweise der Entstehung oder des Abbaus von Schweigespiral-Effekten durch fiktionale Narrationen.

3.2 *Klassische Wirkungstheorien und fiktionale Narrationen*

Kultivierung

Im Zentrum der Kultivierungsthese (GERBNER/GROSS 1976) steht die Annahme, dass das Fernsehen als Haupt-Geschichtenerzähler den Rezipienten über einen jahre- oder jahrzehntelangen Zeitraum konsistente, aber verzerrte Darstellungen von der Realität vermittelt und auf diese Weise als wichtige Sozialisationsinstanz ihr Weltbild entscheidend mitprägt. Konkret wird davon ausgegangen, dass Vielseher von Fernsehprogrammen im Gegensatz zu Wenigsehern ein stereotypes und verzerrtes Bild von der Realität aufweisen. Diese Annahme ließ sich in vielen Untersuchungen bestätigen, wobei die Effektstärke aber insgesamt gering ausfällt (SHANAHAN/MORGAN 1999). Der relativ hohe Anteil gewalthaltiger Fernsehsendungen fördert bei Rezipienten beispielsweise das *Mean World Syndrome*, die Wahrnehmung der Welt als gewalthaltigen und unsicheren Ort (MORGAN/SHANAHAN 2010). Diese Wahrnehmung kann sich in entsprechenden Verhaltensweisen von Vielsehern manifestieren, etwa im häufigeren Abschließen der Autotüren während der Fahrt, dem stärkeren Achten auf verdächtige Personen oder dem häufigeren Mitführen von Waffen zur Selbstverteidigung (NABI/SULLIVAN 2001). Vorerfahrungen aus dem alltäglichen Leben, die mit entsprechenden Fernsehinhalten harmonieren, können Kultivierungseffekte verstärken (*Resonance*: GERBNER/GROSS/MORGAN/SIGNORIELLI 1980). Ein weiterer Effekt intensiven Fernsehkonsums wird in der Angleichung von Einstellungen der Rezipienten zu bestimmten Themenbereichen gesehen und als *Mainstreaming* bezeichnet (GERBNER/GROSS/MORGAN/SIGNORIELLI 1980). Die analysierten Themenbereiche waren nicht auf Gewalt oder Kriminalität beschränkt, sondern umfassten auch Ansichten zu Geschlechterrollen (MORGAN 1982), zu Familien (MORGAN/LEGGETT/SHANAHAN 1999), zu älteren Menschen (GERBNER/GROSS/SIGNORIELLI/MORGAN 1980) oder zur Umweltverschmutzung (SHANAHAN/MORGAN/STENBJERRE 1997).

Die Zusammenhänge intensiven Fernsehkonsums mit politischen Einstellungen und Orientierungen der Rezipienten sind zahlreich und komplex (GERBNER/GROSS/MORGAN/SIGNORIELLI 1982). Intensive Krimi-Rezeption erwies sich beispielsweise als negativer Prädiktor für die Unterstützung von Polizeiautorität und als positiver Prädiktor für die Befürwortung der Todesstrafe (HOLBERT/SHAH/KWAK 2004). Das Sehen konser-

vativer Dramaserien wie *Dr. Quinn* korrelierte mit einer eher ablehnenden Haltung zu Frauenrechten, im Gegensatz zum Sehen progressiver Serien wie *Emergency Room* oder Sitcoms wie *Friends* (HOLBERT/SHAH/KWAK 2003). Häufige Sitcom-Seher schätzen die Bildung von Afroamerikanern höher ein als Wenigseher (BUSSELLE/CRANDALL 2002). Bei jüngeren Arbeiten der Kultivierungsforschung ist zudem ein stärkerer Fokus auf die den Effekten zugrunde liegenden psychologischen Prozesse und auf einflussreiche Drittvariablen auszumachen (z. B. SHRUM 2009).

Lerntheoretische Annahmen

Die *sozialkognitive Lerntheorie* (BANDURA 2009) versteht Lernen am Modell als zentralen Mechanismus für Medieneffekte. Dieser Perspektive zufolge bieten narrative Medienangebote den Rezipienten eine Vielzahl an Vorbildern, deren Einstellungen und Verhalten beobachtet und dadurch verinnerlicht werden können. Vom Grad der Identifikation mit dem jeweiligen Charakter und den positiven oder negativen Konsequenzen der dargestellten Handlungen soll es abhängen, inwieweit Einstellungen oder Verhaltensweisen von den Rezipienten sofort oder in späteren Situationen übernommen werden. Im Einklang mit diesen Grundannahmen konnten Morgan, Movius und Cody (2009) beispielsweise zeigen, dass Seher von Fernsehserien wie *Grey's Anatomy*, *Dr. House* oder *Numb3rs* Wissen zum Themenbereich Organspende erwerben und besonders dann zur Organspende bereit sind, wenn dieses Verhalten in der Serie als vorteilhaft dargestellt wurde. Eine auf den Annahmen der sozialkognitiven Lerntheorie aufbauende Strategie zur expliziten Beeinflussung von Menschen durch Narrationen, die in letzter Zeit stark an Bedeutung gewonnen hat, ist der *Entertainment-Education-Ansatz* (SINGHAL/CODY/ROGERS/SABIDO 2004; siehe auch den Beitrag von ARENDT/RÖSSLER in diesem Band).

4. Spezifische Zugänge: Narrative Persuasion

Innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte gewann im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft der Forschungsbereich der *narrativen Persuasion* stark an Bedeutung. Die hierzu zählenden Arbeiten fokussieren auf narrationsspezifische Besonderheiten der Rezeption und Wirkung von Medieninhalten und zeichnen sich durch eine verstärkte Berücksichti-

gung spezifischer Merkmale von Geschichten, psychologischer Verarbeitungsprozesse, Rezipientendispositionen und weiterer Drittvariablen aus. Grundsätzlich wird in diesem überwiegend experimentell beziehungsweise quasi-experimentell forschenden Paradigma davon ausgegangen, dass Narrationen trotz ihres vermeintlichen Unterhaltungscharakters einen starken Einfluss auf das Wissen, die Einstellungen und das Verhalten der Rezipienten haben können. Die Hauptgründe hierfür wurden bereits in Kapitel 2.2 angesprochen. Mittlerweile liegt eine Vielzahl von Untersuchungen vor, die für einen direkten oder indirekten Einfluss von Narrationen auf die politischen und sozialen Einstellungen der Rezipienten bei verschiedenen Themenbereichen sprechen (z. B. Immigration: IGARTUA 2010; Homosexualität: GREEN 2004; Todesstrafe: SLATER/ROUNER/LONG 2006; Einstellungen zu Afroamerikanern und Diskriminierung: ZHANG 2010). Zudem fanden sich Hinweise darauf, dass narrative Effekte nicht nur kurzfristiger Natur sind, sondern im Zeitverlauf stärker werden können (z. B. APPEL/RICHTER 2007).

Die für viele Untersuchungen im Bereich der narrativen Persuasion typische Untersuchungsanlage soll hier kurz skizziert werden: Bei diesen zumeist experimentellen Studien sehen die Probanden einen oder mehrere narrative Inhalte, während die Probanden der Kontrollgruppe einen nicht narrativen Medieninhalt präsentiert bekommen. Im Anschluss an die Rezeption werden Einstellungen, Wissen und Verhaltensintentionen erfragt, zusätzlich werden zumeist potenzielle Mediatoren (z. B. Grad der Transportation, wahrgenommener Realismus) und Moderatoren (z. B. politische Orientierung der Rezipienten) erfasst. Im Anschluss wird getestet, inwieweit sich bei den abhängigen Variablen Unterschiede bei den narrativen versus nicht narrativen Gruppen zeigen und inwieweit die Unterschiede durch Moderatoren oder Mediatoren erklärt werden können. Zunehmend werden auch Elemente der Geschichte (z. B. die Valenz der Informationen über den Helden bei TAL-OR und COHEN 2010) oder der Rezeptionssituation (z. B. durch Ablenkung bei BILANDZIC, HASTALL und BUSSELLE 2012) manipuliert, um kausale Aussagen über die für Persuasionseffekte entscheidenden Determinanten und Drittvariablen treffen zu können.

Erklärungsansätze

Mehrere wichtige Mediatoren der Effekte narrativer Medieninhalte auf Einstellungen und Verhaltensweisen der Rezipienten wurden mittler-

weile identifiziert. Besondere Bedeutung kommt dabei einem Rezeptionsphänomen zu, das unter Bezeichnungen wie *Transportation* (GREEN/BROCK 2000) oder *narratives Erleben* (BUSSELLE/BILANDZIC 2009) beschrieben wurde: Rezipienten tauchen tief in die fiktionale Welt der Geschichte ein und sind kognitiv und emotional so intensiv auf die Ereignisse der Geschichte fokussiert, dass sie alles um sich herum vergessen. Dieser Zustand weist Parallelen zum Flow-Erleben (CSIKSZENTMIHALYI 1991) als optimalem Zustand während einer Tätigkeit auf, bei der Anforderungen und Fähigkeiten im Gleichgewicht sind. Busselle und Bilandzic (2008) gehen davon aus, dass die Zuschauer während der Rezeption ein dynamisches mentales Situationsmodell (ZWAAN/LANGSTON/GRAESSER 1995) der Geschichte konstruieren, das die kontinuierliche Aktualisierung der Zeit, des Raumes, der Protagonisten, der kausalen Beziehungen zu vorherigen Ereignissen und der Handlungsstruktur umfasst. Flow-Erleben ist zu erwarten, wenn die Konstruktion des Situationsmodells problemlos verläuft, sodass die Zuschauer völlig in die Geschichte eintauchen und die Welt um sich herum vergessen können. *Identifikation* (COHEN 2001) unterscheidet sich von den oft synonym verwendeten Konzepten ›Transportation‹ und ›narratives Erleben‹ vor allem dadurch, dass es nicht den ganzheitlichen Prozess der Vertiefung in eine Geschichte bezeichnet, sondern lediglich die Übernahme der Perspektive einer Figur. Entscheidend dafür sind das Ausmaß emotionaler und kognitiver Empathie, eine Internalisierung der Ziele der Figur sowie ein Gefühl des Verschmelzens mit ihr (COHEN 2001; OATLEY 1999). Identifikation ist damit Teil des narrativen Erlebens, aber nicht damit identisch.

Wie bereits im Kapitel 2.2 beschrieben wurde, reduziert eine effektive Transportation in die Geschichte die Fähigkeiten und Motivation der Rezipienten zur Entdeckung persuasiver Absichten und zum Generieren von Gegenargumenten. Dies begünstigt Einstellungs- und Verhaltensänderungen (DAL CIN/ZANNA/FONG 2004; GREEN/BROCK 2002). Selbst bei kontroversen Themenbereichen wie religiösem Glauben (IGARTUA/BARRIOS 2012) oder Einstellungen zur Todesstrafe (SLATER/ROUNER/LONG 2006) können Narrationen Einstellungsänderungen bewirken – vermittelt zu meist durch den Grad der Transportation in die Geschichte oder das Ausmaß der Identifikation mit den Figuren.

Noch nicht endgültig geklärt ist die Rolle des *wahrgenommenen Realismus* einer Geschichte bei der narrativen Persuasion. Busselle und Bilandzic (2008) unterscheiden diesbezüglich zwischen narrativem Realismus (der

internen Plausibilität und Konsistenz einer Geschichte) und externem Realismus (der Übereinstimmung mit Realitätserfahrungen der Rezipienten) und gehen davon aus, dass in erster Linie Verletzungen des narrativen Realismus entscheidend für einen Abbruch der Immersion in Geschichten sind (z. B. BILANDZIC/BUSSELLE 2011). Allerdings können auch Verletzungen des wahrgenommenen externen Realismus einer Geschichte den Abbruch der Transportation begünstigen (BILANDZIC/HASTALL/BUSSELLE 2012; GREEN 2004).

Rezipientendispositionen

Mehrere Persönlichkeitsmerkmale wurden als Moderatoren narrativer Effekte vorgeschlagen. Besondere Aufmerksamkeit wurde *Transportabilität* zuteil, der dispositionellen Häufigkeit und Leichtigkeit einer Immersion in Geschichten. Personen mit einer hohen Ausprägung dieses Persönlichkeitsmerkmals sollten sich häufiger als Personen mit einer niedrigen Ausprägung narrativen Medieninhalten zuwenden sowie in stärkerem Maße narrationsspezifische Effekte zeigen (MAZZOCCO/GREEN/SASOTA/JONES 2010). Neben einer unidimensionalen Konzeption (DAL CIN/ZANNA/FONG 2004) liegt seit Kurzem auch eine vierdimensionale Konzeption dieses Traits vor (SUKALLA/BILANDZIC/HASTALL/BUSSELLE/SCHLÖGL 2012). Das entsprechende Messinstrument kommt mit weniger Items aus und ist auf Deutsch und Englisch verfügbar. Als weitere wichtige Rezipientendispositionen erwiesen sich *Need for Affect* (APPEL 2008b), *Empathy* (DAVIS 1983) und *Sympathy* (LEE 2009). In Bezug auf *Need for Affect* – die Neigung einer Person, emotionale Situationen und Aktivitäten zu suchen (MAIO/ESSES 2001) – konnte gezeigt werden, dass Individuen mit einer hohen Ausprägung dieses Persönlichkeitsmerkmals stärker transportiert werden als Individuen mit niedriger Ausprägung (APPEL 2008b). *Empathy*, die emotionale und kognitive Übernahme der Perspektive einer dritten Person (DAVIS 1983), und *Sympathy*, die Anteilnahme am Schicksal einer Person (LEE 2009), sind wichtige situationsspezifische Komponenten im Rezeptionsprozess, da sie in großem Maß Teil der Immersionserfahrung sind beziehungsweise diese erst ermöglichen. Rezipienten mit einer hohen dispositionalen Empathie- bzw. Sympathiefähigkeit sollten in stärkerem Ausmaß in eine Narration absorbiert werden als Rezipienten mit entsprechend niedriger Fähigkeit, allerdings steht der direkte empirische Beweis noch aus.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Seit Jahrtausenden spielen fiktionale Narrationen im Leben von Menschen eine wichtige Rolle und es ist nicht davon auszugehen, dass sich dies in absehbarer Zeit ändert. Die zunehmende Ausdifferenzierung und Verbreiterung des Medienangebots erlaubt es Rezipienten, sich zielgerichteter als jemals zuvor fiktionalen Geschichten zuzuwenden (PRIOR 2005). Narrationen sind eine wichtige, wenn auch selten neutrale Informationsquelle über das politische und soziale System und haben zweifellos einen gewissen Einfluss darauf, wie wir die Welt wahrnehmen. Obgleich im Rahmen des *Narrative Turn* eine starke Zunahme der wissenschaftlichen Beschäftigung mit fiktionalen Narrationen feststellbar ist, werden die kurz- und langfristigen Effekte auf Einstellungen und Verhaltensweisen der Rezipienten bislang erst ansatzweise verstanden.

So stellt sich beispielsweise die Frage, was Narrationen bei den Rezipienten am meisten beeinflussen, bei welchen abhängigen Variablen also die stärksten Effekte zu erwarten sind. Zitate wie »the stories television tells can help shape the deeper, invisible, rarely questioned assumptions all of us carry around« (SHANAHAN/MORGAN 1999: 22) suggerieren, dass Effekte fiktionaler Narrationen deutlich über explizite Einstellungen hinausgehen und den stärkeren Einfluss auf implizite Einstellungen ausüben könnten. Angesichts der Vielzahl von Narrationen, denen Menschen im Laufe ihres Lebens ausgesetzt sind, stellt sich darüber hinaus die Frage nach der adäquaten Konzeptualisierung und Erhebung kumulativer langfristiger Wirkungen. Der tatsächliche Inhalt von Narrationen, die Komplexität und Dynamik der Haupt- und Nebenplots, die Entwicklung der Charaktere und die Ambiguität möglicher Botschaften wird in vielen einschlägigen Forschungsarbeiten bislang nicht angemessen berücksichtigt. Weitere Forschungsarbeiten sind zudem nötig zur Beantwortung der Frage, welche Merkmale der Rezipienten und der Narrationen einen Abbruch der Transportation in die Geschichte begünstigen. Auch die konkreten kognitiven und emotionalen Prozesse, die bei der Rezeption fiktionaler Narrationen und erfolgreicher Persuasion die entscheidende Rolle spielen, sind erst ansatzweise bekannt. Zudem erscheint es als überfällig, den Rezeptions- und Persuasionsprozess im Zeitverlauf unter Beachtung der dynamischen Plot-Entwicklung zu untersuchen, wofür sich der Einsatz psychophysiologischer Methoden anbietet.

Es sind mittlerweile aber auch deutliche Fortschritte auszumachen. Diese betreffen vor allem die Identifikation zentraler Mediatoren (insbe-

sondere Transportation bzw. narratives Erleben) und Moderatoren (vor allem Rezipientendispositionen wie Transportabilität oder Need for Affect) des Prozesses der narrativen Persuasion. Komplett verstanden sind die zugrunde liegenden Mechanismen noch nicht, für zukünftige Forschungsarbeiten verbleiben vielfältigste Ansatzpunkte für noch detailliertere Einblicke in die komplexen Wirkungen fiktionaler Geschichten auf unsere Wahrnehmung der politischen und sozialen Realität. Das gilt analog für den Erwerb von korrektem wie falschem Wissen über politische Systeme und Akteure: Angesichts des diskutierten Potenzials narrativer Formate stellt sich auch hier die Frage, inwiefern beispielsweise im Rahmen der politischen Bildung narrative Formate eingesetzt werden können, um ein weniger verzerrtes Bild auf politische Prozesse und ein stärkeres politisches Engagement anzuregen. Im Rahmen einer Förderung der *Political Literacy* (CASSEL/LO 1997) der Rezipienten könnte es sich umgekehrt als erforderlich erweisen, explizit über das Potenzial von Narrationen aufzuklären und Rezipienten damit für Situationen zu sensibilisieren, in denen politische Akteure (z. B. in Reden von Politikern oder Wahlwerbepots) bewusst anhand von Geschichten anstelle auf der Basis belastbarer Fakten argumentieren, um ihre Ziele zu erreichen. Es ergeben sich hier also vielfältige Anknüpfungspunkte für Arbeiten der politischen Kommunikationsforschung, die ebenso interessante wie sozial relevante Einsichten in den Umgang der Rezipienten mit politischen Informationen und die daraus resultierenden kurz- wie langfristigen Effekte versprechen.

Literatur

- APPEL, M.: Fictional narratives cultivate just-world beliefs. In: *Journal of Communication*, 58, 2008a, S. 62-83
- APPEL, M.: Manche mögen's heiß: Ergebnisse der deutschsprachigen Version eines Instruments zur Erfassung des Emotionsmotivs (need for emotion/need for affect). In: *Diagnostica*, 54, 2008b, S. 2-15
- APPEL, M.; RICHTER, T.: Persuasive effects of fictional narratives increase over time. In: *Media Psychology*, 10, 2007, S. 113-134
- BANDURA, A.: Social cognitive theory of mass communication. In: BRYANT, J.; OLIVER, M. B. (Hrsg.): *Media effects: Advances in theory and research*. Mahwah, NJ [Erlbaum] 2009, S. 94-124

- BENNETT, W. L.; EDELMAN, M.: Toward a new political narrative. In: *Journal of Communication*, 35, 1985, S. 156 - 171
- BILANDZIC, H.; BUSSELLE, R. W.: Enjoyment of films as a function of narrative experience, perceived realism and transportability. *Communications*. In: *The European Journal of Communication Research*, 36, 2011, S. 29 - 50
- BILANDZIC, H.; HASTALL, M. R.; BUSSELLE, R.: *The role of prior knowledge for narrative engagement and effects*. Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association, Phoenix, AZ 2012
- BROCK, T. C.; STRANGE, J. J.; GREEN, M. C.: Power beyond reckoning: An introduction to narrative impact. In: GREEN, M. C.; STRANGE, J. J.; BROCK, T. C. (Hrsg.): *Narrative impact: Social and cognitive foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 1 - 15
- BUSSELLE, R.; BILANDZIC, H.: Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. In: *Communication Theory*, 18, 2008, S. 255 - 280
- BUSSELLE, R.; BILANDZIC, H.: Measuring narrative engagement. In: *Media Psychology*, 12, 2009, S. 321 - 347
- BUSSELLE, R.; CRANDALL, H.: Television viewing and perceptions about race differences in socioeconomic success. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46, 2002, S. 265 - 282
- CASSEL, C.; LO, C.: Theories of political literacy. In: *Political Behavior*, 19, 1997, S. 317 - 335
- CHATMAN, S.: *Story and discourse: Narrative structure in fiction and film*. Ithaca, NY [Cornell University Press] 1989
- COHEN, J.: Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. In: *Mass Communication and Society*, 4, 2001, S. 245 - 264
- CSIKSZENTMIHALYI, M.: *Flow: The psychology of optimal experience*. New York, NY [Harper Perennial] 1991
- CURRAN, J.: Mediations of democracy. In: CURRAN, J.; GUREVITCH, M. (Hrsg.): *Mass media and society*. London [Hodder Arnold] 2005, S. 122 - 149
- DAL CIN, S.; ZANNA, M. P.; FONG, G. T.: Narrative persuasion and overcoming resistance. In: KNOWLES, E. S.; LINN, J. A. (Hrsg.): *Resistance and persuasion*. Mahwah, NJ [Erlbaum] 2004, S. 175 - 191
- DAVIS, M. H.: Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 1983, S. 113 - 126

- ENTMAN, R. M.: Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. In: *Journal of Communication*, 43, 1993, S. 51-58
- FISHER, W. R.: *Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value and action*. Columbia, SC [University of South Carolina Press] 1987
- FULTON, H.: Print news as narrative. In: FULTON, H.; HUISMAN, R.; MURPHET, J.; DUNN, A. (Hrsg.): *Narrative and media*. Cambridge, UK [Cambridge University Press] 2005, S. 218-244
- GERBNER, G.: Cultivation analysis: An overview. In: *Mass Communication and Society*, 1, 1998, S. 175-194
- GERBNER, G.: Who is telling all the stories? In: *Intersections*, 1, 2001, S. 5-8
- GERBNER, G.; GROSS, L.: Living with television: The violence profile. In: *Journal of Communication*, 26, 1976, S. 172-194
- GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.: The »mainstreaming« of America: Violence profile no. 11. In: *Journal of Communication*, 30, 1980, S. 10-29
- GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M.; SIGNORIELLI, N.: Charting the mainstream: Television's contributions to political orientations. In: *Journal of Communication*, 32, 1982, S. 100-127
- GERBNER, G.; GROSS, L.; SIGNORIELLI, N.; MORGAN, M.: Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality. In: *Journal of Communication*, 30, 1980, S. 37-47
- GERRIG, R. J.: *Experiencing narrative worlds: On the psychological activities of reading*. New Haven, CT [Yale University Press] 1993
- GREEN, M. C.: Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. In: *Discourse Processes*, 38, 2004, S. 247-266
- GREEN, M. C.; BROCK, T. C.: The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 2000, S. 701-721
- GREEN, M. C.; BROCK, T. C.: In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion. In: GREEN, M. C.; STRANGE, J. J.; BROCK, T. C. (Hrsg.): *Narrative impact: Social and cognitive foundations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 2002, S. 315-341
- GREEN, M. C.; BROCK, T. C.; KAUFMAN, G. F.: Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. In: *Communication Theory*, 14, 2004, S. 311-327
- HAKEMULDER, J.: *The moral laboratory: Experiments examining the effects of reading literature on social perception and moral self-concepts*. Amsterdam [Benjamins] 2000

- HINCHMAN, L. P.; HINCHMAN, S.: Introduction. In: HINCHMAN, L. P.; HINCHMAN, S. (Hrsg.): *Memory, identity, community: The idea of narrative in the human sciences*. New York [SUNY Press] 1997, S. xiii-xxxii
- HOLBERT, R. L.; PILLION, O.; TSCHIDA, D. A.; ARMFIELD, G. G.; KINDER, K.; CHERRY, K. L.; DAULTON, A. R.: The West Wing as endorsement of the U. S. presidency: Expanding the bounds of priming in political communication. In: *Journal of Communication*, 53, 2003, S. 427-443
- HOLBERT, R. L.; SHAH, D. V.; KWAK, N.: Political implications of prime-time drama and sitcom use: Genres of representation and opinions concerning women's rights. In: *Journal of Communication*, 53, 2003, S. 45-60
- HOLBERT, R. L.; SHAH, D. V.; KWAK, N.: Fear, authority, and justice: Crime-related TV viewing and endorsements of capital punishment and gun ownership. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81, 2004, S. 343-363
- HOLBROOK, R.; HILL, T.: Agenda-setting and priming in prime time television: Crime dramas as political cues. In: *Political Communication*, 22, 2005, S. 277-295
- HOLTZ-BACHA, C.: Videomalaise revisited: Media exposure and political alienation in West Germany. In: *European Journal of Communication*, 5, 1990, S. 73-85
- IGARTUA, J.-J.: Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. In: *Communications*, 35, 2010, S. 347-373
- IGARTUA, J.-J.; BARRIOS, I.: Changing real-world beliefs with controversial movies: Processes and mechanisms of narrative persuasion. In: *Journal of Communication*, 62, 2012, S. 514-531
- KIELWASSER, A. P.; WOLF, M. A.: Mainstream television, adolescent homosexuality, and significant silence. In: *Critical Studies in Mass Communication*, 9, 1992, S. 350-373
- LEE, S. A.: Measuring individual differences in trait sympathy: Instrument construction and validation. In: *Journal of Personality Assessment*, 91, 2009, S. 568-583
- MAIO, G. R.; ESSES, V. M.: The need for affect: Individual differences in the motivation to approach or avoid emotions. In: *Journal of Personality*, 69, 2001, S. 583-615
- MAZZOCCO, P. J.; GREEN, M. C.; SASOTA, J. A.; JONES, N. W.: This story is not for everyone: Transportability and narrative persuasion. In: *Social Psychological and Personality Science*, 1, 2010, S. 361-368

- MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L.: The agenda-setting function of mass media. In: *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972, S. 176 - 187
- MORGAN, M.: Television and adolescents' sex role stereotypes: A longitudinal study. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 1982, S. 947 - 955
- MORGAN, M., LEGGETT, S.; SHANAHAN, J.: Television and family values: Was Dan Quayle right? In: *Mass Communication and Society*, 2, 1999, S. 47 - 63
- MORGAN, S. E.; MOVIUS, L.; CODY, M. J.: The power of narratives: The effect of entertainment television organ donation storylines on the attitudes, knowledge, and behaviors of donors and nondonors. In: *Journal of Communication*, 59, 2009, S. 135 - 151
- MORGAN, M.; SHANAHAN, J.: The state of cultivation. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54, 2010, S. 337 - 355
- MOYER-GUSÉ, E.: Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. In: *Communication Theory*, 18, 2008, S. 407 - 425
- MULLIGAN, K.; HABEL, P.: An experimental test of the effects of fictional framing on attitudes. In: *Social Science Quarterly*, 92, 2011, S. 79 - 99
- MUTZ, D. C.; NIR, L.: Not necessarily the news: Does fictional television influence real-world policy preferences? In: *Mass Communication and Society*, 13, 2010, S. 196 - 217
- NABI, R. L.; SULLIVAN, J. L.: Does television viewing relate to engagement in protective action against crime? A cultivation analysis from a theory of reasoned action perspective. In: *Communication Research*, 28, 2001, S. 802 - 825
- NERONE, J.: Narrative news story. In: DONSBACH, W. (Hrsg.): *The international encyclopedia of communication*. Malden, MA [Blackwell] 2008, S. 3181 - 3183
- NOELLE-NEUMANN, E.: The spiral of silence. A theory of public opinion. In: *Journal of Communication*, 24, 1974, S. 43 - 51
- OATLEY, K.: Meetings of minds: Dialogue, sympathy, and identification, in reading fiction. In: *Poetics*, 26, 1999, S. 439 - 454
- PRICE, V.; TEWKSBURY, D.: News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing. In: BARNETT, G. A.; BOSTER, F. J. (Hrsg.): *Progress in the communication sciences* (Bd. 13): Greenwich, CT [Ablex] 1997, S. 173 - 212
- PRIOR, M.: News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. In: *American Journal of Political Science*, 49, 2005, S. 577 - 592

- PUNDAY, D.: *Narrative after deconstruction*. Albany, NY [SUNY Press] 2002
- REINEMANN, C.; ZERBACK, T.: *Grundlagen politischer Kommunikation*.
In: SCHWEIGER, W.; FAHR, A. (Hrsg.): *Handbuch Medienwirkungsfor-
schung*. Wiesbaden [Springer vs] 2013, S. 439 - 462
- RIDDER, C.-M.; ENGEL, B.: *Massenkommunikation 2010: Mediennutzung
im Intermediavergleich*. In: *Media Perspektiven*, o. Jg., 2010, S. 523 - 536
- ROBINSON, M. J.: *Public affairs television and the growth of political ma-
laise: The case of »The Selling of the Pentagon«*. In: *The American Poli-
tical Science Review*, 70, 1976, S. 409 - 432
- ROSKOS-EWOLDSSEN, D. R.; ROSKOS-EWOLDSSEN, B.; CARPENTIER, F. D.:
Media priming: An updated synthesis. In: BRYANT, J.; OLIVER, M. B.
(Hrsg.): *Media effects: Advances in theory and research*. New York, NY
[Routledge] 2009, S. 74 - 93
- RYAN, M.-L.: *Toward a definition of narrative*. In: HERMAN, D. (Hrsg.):
The Cambridge companion to narrative. Cambridge, UK [Cambridge Uni-
versity Press] 2007, S. 22 - 35
- SCHEUFELE, D. A.: *Framing as a theory of media effects*. In: *Journal of Com-
munication*, 49, 1999, S. 103 - 122
- SCHEUFELE, D. A.; MOY, P.: *Twenty-five years of the spiral of silence: A
conceptual review and empirical outlook*. In: *International Journal of
Public Opinion Research*, 12, 2000, S. 3 - 28
- SHANAHAN, J.; MORGAN, M.: *Television and its viewers: Cultivation theory and
research*. Cambridge, UK [Cambridge University Press] 1999
- SHANAHAN, J.; MORGAN, M.; STENBJERRE, M.: *Green or brown? Tele-
vision and the cultivation of environmental concern*. In: *Journal of
Broadcasting & Electronic Media*, 41, 1997, S. 305 - 323
- SHRUM, L. J.: *Media consumption and perceptions of social reality: Ef-
fects and underlying processes*. In: BRYANT, J.; OLIVER, M. B. (Hrsg.):
Media effects: Advances in theory and research. New York, NY [Routledge]
2009, S. 50 - 73
- SINGHAL, A.; CODY, M. J.; ROGERS, E. M.; SABIDO, M. (Hrsg.): *Entertain-
ment-education and social change: History, research, and practice*. Mahwah,
NJ [Lawrence Erlbaum] 2004
- SLATER, M. D.; ROUNER, D.; LONG, M.: *Television dramas and support for
controversial public policies: Effects and mechanisms*. In: *Journal of
Communication*, 56, 2006, S. 235 - 252
- SMITH, C.: *Moral, believing animals: Human personhood and culture*. New York
[Oxford University Press] 2003

- STRANGE, J. J.; LEUNG, C. C.: 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
- SUKALLA, F.; BILANDZIC, H.; HASTALL, M. R.; BUSSELLE, R. W.; SCHLÖGL, S.: *Narrative engageability as a trait: The propensity for being engaged with a story*. Vortrag auf der Jahrestagung der International Communication Association, Phoenix, AZ 2012
- TAL-OR, N.; COHEN, J.: Understanding audience involvement: Conceptualizing and manipulating identification and transportation. In: *Poetics*, 38, 2010, S. 402-418
- VASQUEZ, G. M.: A homo narrans paradigm for public relations: Combining Bormann's symbolic convergence theory and Grunig's situational theory of publics. In: *Journal of Public Relations Research*, 5, 1993, S. 201-216
- WÜNSCH, C.; NITSCH, C.; EILDERS, C.: Politische Kultivierung am Vorabend: Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie »Lindenstraße«. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 60, 2012, S. 176-196
- ZHANG, L.: Television crime drama and attitudes toward African Americans. In: *American Journal of Media Psychology*, 3, 2010, S. 99-118
- ZILLMANN, D.: The psychology of suspense in dramatic exposition. In: VORDERER, P.; WULFF, H. J.; FRIEDRICHSEN, M. (Hrsg.): *Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations*. Mahwah, NJ [Lawrence Erlbaum] 1996, S. 199-231
- ZWAAN, R. A.; LANGSTON, M. C.; GRAESSER, A. C.: The construction of situation models in narrative comprehension: An event-indexing model. In: *Psychological Science*, 6, 1995, S. 292-297