

Universität Regensburg
Institut für Experimentelle Psychologie
Lehrstuhl für Psychologie VI
Prof. Dr. H. Lukesch

WS 2002/2003

Pflichtwahlpraktikum: Empirische Erhebungen zum Bereich der Medien- und Gesundheitspsychologie

**Die Kultivierungshypothese:
Eine Untersuchung zur Wirkung von Daily Soaps**

Doris Bachhuber
Detlev Haberkern
Ludwig Kreuzpointner
Christine Prücklmeier

Inhaltsverzeichnis

1.	Der Zusammenhang zwischen Fernsehdauer und Einstellungsrichtung bzw. Einstellungsstärke	3
1.1	Kultivierungshypothese und -effekt.....	3
1.2	Kritik an den Ergebnissen.....	4
1.3	Studie von L. J. Shrum (1999).....	4
2.	Unter Uns - Verbotene Liebe - Marienhof - Gute Zeiten Schlechte Zeiten	6
2.1	Fragestellung.....	6
2.2	Hypothesen	6
2.2.1	Hypothese 1	6
2.2.2	Hypothese 2	6
2.2.3	Hypothese 3	7
2.2.4	Hypothese 4	7
3.	Methode	8
3.1	Versuchspersonen	8
3.2	Datenerhebung	8
3.2.1	Beziehungsprobleme - Vertrauen/Misstrauen - Autonomie	8
3.2.2	Reaktionszeit.....	10
3.2.3	Fragebogen zum Fernsehverhalten	10
3.3	Datenauswertung	12
4.	Ergebnisse.....	13
4.1	Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Soapsehdauer.....	13
4.2	Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Fernsehdauer	14
4.3	Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Antwortgeschwindigkeit 14	14
4.4	Korrelation zwischen der Antwortgeschwindigkeit, der Fernsehdauer, der Soapsehdauer und dem Nutzungswert.....	14
5.	Diskussion.....	16
5.1	Diskussion der verwendeten Methoden.....	16
5.2	Diskussion der Ergebnisse	16
6.	Zusammenfassung	19
7.	Literatur	20
8.	Anhang.....	21
A.	Fragebogen.....	21
B.	Instruktion.....	22

1. Der Zusammenhang zwischen Fernsehdauer und Einstellungsrichtung bzw. Einstellungsstärke

Das Fernsehen ist in unserer Zeit das meist genutzte Medium. Meist wird es aufgrund von Gewaltdarstellungen und deren Folgen auf das Verhalten Jugendlicher kritisiert. Jedoch lassen sich auch andere Effekte feststellen.

1.1 Kultivierungshypothese und -effekt

Gerbner und seine Mitarbeiter haben geprüft, ob Personen, die häufig fernsehen, die reale Welt eher so wahrnehmen, wie sie im Fernsehen dargestellt wird; dabei haben sie die sogenannte *Kultivierungshypothese* entwickelt (Gerbner & Gross, 1976, zitiert nach Shrum, 1999).

„... the more time one spends 'living' in the world of televisions, the more likely one is to report perceptions of social reality which can be traced to (or are congruent with) television representations of life and society“. (Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1980, S. 31)

Unter *Kultivierungseffekt* wird also verstanden, dass Vielseher eher als Wenigseher dazu tendieren, Einstellungen zur und Wahrnehmungen von der realen Welt zu haben, die mit der im Fernsehen dargestellten Welt übereinstimmen (Shrum, 1999).

Dies konnte für verschiedene Bereiche nachgewiesen werden. So sind Vielseher ängstlicher, misstrauischer und stärker davon überzeugt, dass sie in einer „erbärmlichen Welt“ leben (Vitouch, 1993). Dieses Ergebnis entspricht auch der Scary-World-Hypothese, die besagt, dass Vielseher stärkere Ängste entwickeln, da im Fernsehen die soziale Realität einseitig und bedrohlich dargestellt wird (Taschler-Pollacek & Lukesch, 1990). Außerdem konnte man in diesem Kontext Ergebnisse finden, die einen Zusammenhang zwischen Vielsehen und dem Vertrauen in Ärzte (Volgy & Schwartz, 1980, zitiert nach Shrum, 1999), der Einschätzung der Häufigkeit von Prostitution und Drogenabhängigkeit (Shrum & O'Guinn, 1993, zitiert nach Shrum, 1999) sowie der Häufigkeit von Scheidungen (Shrum, 1996, zitiert nach Shrum, 1999) aufzeigen.

1.2 Kritik an den Ergebnissen

Die Kultivierungshypothese führte immer wieder zu kontroversen Diskussionen. Der von Gerbner und seinen Mitarbeitern vertretene Standpunkt wurde besonders von Hirsch (1980) kritisiert.

Einer der wesentlichen Kritikpunkte besteht in der Frage der *Kausalität*. So ist es zwar sicher, dass ein Zusammenhang zwischen der Menge des Fernsehkonsums und der dadurch veränderten Wahrnehmung der realen Welt besteht, aber es kann nicht mit Sicherheit davon ausgegangen werden, dass der kausale Zusammenhang nicht umgekehrt ist. So könnte man beispielsweise auch davon ausgehen, dass gerade in Bezug auf die Scary-World-Hypothese der erhöhte Fernsehkonsum als Flucht vor einer beängstigenden Realität gesehen wird (Katz & Foulkes, 1962, zitiert nach Vitouch, 1993).

Ein zweiter Kritikpunkt betrifft die Möglichkeit des Einflusses einer Drittvariablen: Es wäre denkbar, dass der Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und der veränderten Wahrnehmung der realen Welt durch eine dritte Variable, z.B. die verfügbare Zeit zum Fernsehen, bedingt ist (Hirsch, 1980, zitiert nach Shrum, 1999).

Als letzten Kritikpunkt soll noch auf die Möglichkeit eingegangen werden, dass die Validität des Kultivierungseffekts durch die *Art der* von den Personen *abgegebenen Urteile* bedingt ist. Wenn die Versuchspersonen quantitative Einschätzungen wie Wahrscheinlichkeits- oder Häufigkeitsangaben abgeben sollen, findet man zwar kleine, aber zuverlässige Belege für den Kultivierungseffekt. Anders sieht es aus, wenn die Urteile mittels Einstellungsskalen, wie sie mit einem Semantischen Differential erfasst werden, abgegeben werden (Hawkins & Pingree, 1982, zitiert nach Shrum, 1999). Hierbei kann man nur begrenzte Kultivierungseffekte feststellen.

1.3 Studie von L. J. Shrum (1999)

Shrum versuchte diesen Aspekt zu klären, indem er eine Untersuchung durchführte, in der die *Einstellungsrichtung* und die *Einstellungsstärke*, die bis zu diesem Zeitpunkt nur wenig Beachtung fand, von Viel- und Wenigsehern erfasst werden sollte.

Unter Einstellungsstärke versteht Shrum zum einen die Stabilität der Einstellung über die Zeit und zum anderen das Ausmaß der Beeinflussung von Verhalten bzw. Informationsverarbeitung (Krosnick & Petty, 1995, zitiert nach Shrum, 1999). Die Einstellungsstärke ist von wesentlicher Bedeutung, da man durch eine einfache Einstel-

lungsmessung, wie zum Beispiel durch das Semantische Differential, nicht aussagen kann, ob die untersuchte Einstellung zweier Personen, die vom Wert her gesehen identisch ist, denselben Einfluss auf deren Verhalten besitzt bzw. dieselbe Stabilität aufweist. Da sich die bisherigen Studien viel zu wenig mit dem Aspekt der Einstellungsstärke und nur mit der Erfassung der Einstellungsrichtung an sich beschäftigt haben, wurde von ihm vor allem untersucht, ob nicht vielleicht durch häufigeres Fernsehen die Einstellungsrichtung zwar an sich gleich bleibt, sich aber die Stärke verändert (Shrum, 1999).

Um die Einstellungsstärke messen zu können, kann man das Modell von Fazio (1995) heranziehen: Dieser ging davon aus, dass bei einer Person, die ein Einstellungsurteil abgeben soll, zuerst die dazugehörige Einstellung im Gedächtnis aktiviert werden muss. Die Assoziationsstärke im Gedächtnis bestimmt somit die Zugänglichkeit der Einstellung. Der Zusammenhang zur Einstellungsstärke ergibt sich nun daraus, dass man diese an der Reaktionszeit auf eine bestimmte Einstellungsfrage ablesen kann. Je schneller man eine Frage beantworten kann, umso größer ist die Assoziationsstärke und damit die Zugänglichkeit zu dieser Einstellung und desto stärker ist folglich die Einstellung selbst (Shrum, 1999).

Der Zusammenhang zur Kultivierungshypothese besteht aufgrund dieser Überlegungen darin, dass man davon ausgehen kann, dass häufiges Fernsehen und die wiederholte Wahrnehmung bestimmter Einstellungen zur Erhöhung der Zugänglichkeit für gerade dieses Einstellungsthema führt (Fazio, 1995, zitiert nach Shrum, 1999). Das bedeutet, dass zwar die Einstellung an sich bei Viel- und Wenigsehern gleich sein kann, dass aber durch die unterschiedlich häufige Konfrontation mit dieser, die Assoziation zu dieser Einstellung im Gedächtnis beim Vielseher stärker ist (Shrum, 1999).

Um die Einstellungsstärke messen zu können, wurde in der Studie von Shrum (1999) die Zeit für die Reaktion auf verschiedene Aussagen gemessen. Diese Aussagen wurden mittels einer Inhaltsanalyse dreier bekannter amerikanischer Seifenopern ermittelt; sie waren den Dimensionen *Wohlstand*, *Beziehungsprobleme* und *Misstrauen (allgemein und gegenüber Anwälten)* zuzuordnen (Shrum, 1999).

2. Unter Uns - Verbotene Liebe - Marienhof - Gute Zeiten Schlechte Zeiten

2.1 Fragestellung

Im folgenden soll der Einfluss des Sehens von vier deutschen Daily Soaps auf die Einstellungsrichtung und -stärke der Zuseher überprüft werden. Die Untersuchung folgt dem Design der Shrum-Studie von 1999. Es konnten jedoch nicht die gleichen Dimensionen zur Erhebung der Einstellung verwendet werden, da sich nach einer Inhaltsanalyse der vier Serien andere bzw. modifizierte Themen als in den amerikanischen Serien als wesentlich erwiesen. Diese bezogen sich nach einer Expertenauskunft auf die Dimensionen *Beziehungsprobleme*, *Vertrauen/Misstrauen (allgemein)* und *Autonomie*.

Es soll im Folgenden untersucht werden, ob die Fernsehdauer und speziell die Soapsehdauer in einem Zusammenhang mit der Einstellung bzw. der Einstellungsstärke, also mit der Reaktionsart und -zeit auf die präsentierten Aussagen, steht.

2.2 Hypothesen

2.2.1 Hypothese 1

Es wird vermutet, dass Personen, die häufig Daily Soaps sehen und so viele Beziehungsprobleme „vorgelebt“ bekommen, einen hohen Skalenwert in der Dimension *Beziehungsprobleme* erreichen, d.h. die Korrelation zwischen den beiden Werten ist positiv. Also:

$$H_0: r_1 \leq 0 \text{ und } H_1: r_1 > 0.$$

2.2.2 Hypothese 2

Es wird vermutet, dass Personen, die häufig Daily Soaps sehen und so oft Vertrauen „vorgelebt“ bekommen, einen niedrigen Skalenwert in der Dimension *Vertrauen/Misstrauen* erreichen, d.h. dass die Korrelation zwischen den beiden Werten negativ ist. Also:

$$H_0: r_2 \geq 0 \text{ und } H_1: r_2 < 0.$$

2.2.3 Hypothese 3

Es wird vermutet, dass Personen, die häufig Daily Soaps sehen und so die Wichtigkeit von Autonomie „vorgelebt“ bekommen, einen hohen Skalenwert in der Dimension *Autonomie* erreichen, d.h. die Korrelation zwischen den beiden Werten sollte positiv sein.

Also:

$$H_0: r_3 \leq 0 \text{ und } H_1: r_3 > 0.$$

2.2.4 Hypothese 4

Es wird vermutet, dass die Einstellungsstärke von Personen, die viel fernsehen, unabhängig von der Einstellungsrichtung hoch ist, also dass ihre Reaktionszeit auf die Einstellungsitems kurz bzw. die Korrelation zwischen den beiden Werten negativ ist.

Also:

$$H_0: r_4 \geq 0 \text{ und } H_1: r_4 < 0.$$

3. Methode

3.1 Versuchspersonen

An dem Experiment nahmen 51 Versuchspersonen teil. Aufgrund eines technischen Defektes konnten die Daten einer Versuchsperson nicht mit in die Auswertung aufgenommen werden. Das Alter streut von 19 bis 42 Jahre; im Durchschnitt waren die Versuchspersonen 22,64 ($s = 4,57$) Jahre alt. Am Experiment nahmen 41(40) Frauen und 10 Männer teil. Diese waren vorwiegend Psychologiestudenten, aber auch einige Studenten anderer Fachrichtungen und bereits fertige Akademiker waren in der Stichprobe vertreten.

3.2 Datenerhebung

3.2.1 Beziehungsprobleme - Vertrauen/Misstrauen - Autonomie

Für die drei Dimensionen *Beziehungsprobleme*, *Vertrauen/Misstrauen* und *Autonomie* wurden am Computer je fünf typische Aussagen vorgegeben. Mit diesen sollten die jeweiligen Einstellungsrichtungen und die Reaktionszeiten (= Einstellungsstärke) auf diese Aussagen bestimmt werden. Das Programm zur Reaktionszeitmessung war ERTS, V3.27 (Beringer, 1999). Präsentiert wurden die Aussagen auf einem 15 Zoll Monitor in einem Labor der Universität Regensburg. Vor Beginn der Untersuchung wurde den Versuchspersonen eine schriftliche Instruktion (Anhang B) vorgelegt, nach deren Lektüre sie eventuelle weitere Fragen stellen konnten.

Die Einstellung über die *Probleme in Beziehungen* wurde mit den folgenden fünf Fragen erhoben:

- A1. Ich glaube, dass es die Liebe für's Leben gibt.
- A2. Ich halte in einer Beziehung Treue für wichtig.
- A3. Ich finde es normal, wenn ich mich mit meinen Partner hin und wieder streite.
- A4. Missverständnisse in meiner Partnerschaft empfinde ich als normal.
- A5. Stress im Alltag hat Einfluss auf meine Beziehung.

Um das *Vertrauen bzw. Misstrauen* zu erheben, wurden folgende Fragen verwandt:

- A6. Ich glaube, der Mensch ist grundsätzlich schlecht.

- A7. Menschen betrügen einen, sobald sie die Chance dazu sehen.
 A8. Wer sich auf andere verlässt, ist selber schuld.
 A9. Jeder Mensch ist käuflich.
 A10. Ein Geheimnis teile ich mit niemandem.

Für die Einstellung zu *Autonomie* wurden folgende Fragen gestellt:

- A11. Nebenjobs sind für die Unabhängigkeit von Schülern wichtig.
 A12. Wer es sich leisten kann, sollte nicht mehr bei seinen Eltern wohnen.
 A13. Schüleraustausch ist eine wichtige Erfahrung, die man machen sollte.
 A14. Bereits während der Schulzeit alleine zu wohnen, ist erstrebenswert.
 A15. Der Einfluss der Eltern bei der Erziehung Jugendlicher wird immer geringer.

Jede dieser Aussagen wurde 4000ms über den ganzen Monitor verteilt präsentiert. Die Versuchspersonen mussten daraufhin auf eine von zwei Tasten drücken, um entweder ihre Zustimmung (rechte Taste) oder ihre Ablehnung (linke Taste) der Aussage auszudrücken. Die Tasten befanden sich auf einem Pad, außer diesem lag nichts weiter vor der Versuchsperson. Durch eine Unaufmerksamkeit in der Programmierung wurden aber die Entscheidungen, die nach Verschwinden der Aussage getroffen wurden, nicht protokolliert. Dies war bei 42 der 735 Antworten der Fall.

Die Daten wurden mittels SPSS V10.0 verrechnet. Es ergaben sich für die interne Konsistenz der drei konzipierten Skalen die Werte aus Tabelle 1. Wie daraus ersehen werden kann, erfüllt keine der Skalen die Anforderung nach hinreichender Reliabilität; auch durch das Auslassen einzelner Fragen werden nur geringfügig bessere Werte erreicht. Als Konsequenz wurde darauf verzichtet, Summenwerte zu bilden, die Items werden vielmehr als „Single-Item-Scales“ weiterverrechnet.

Tabelle 1: Reliabilität der Skalen zu den drei Einstellungsdimensionen

Dimension	Cronbach's α
Beziehungseinschätzung	0,40
Vertrauen/Misstrauen	0,38
Autonomie	0,04

3.2.2 Reaktionszeit

Der Versuch begann mit sechs Testreaktionen, bei denen die Versuchspersonen auf die zufällig verteilten Anweisungen „*Drücke die ‚Stimme zu‘ – Taste*“ bzw. „*Drücke die ‚Stimme nicht zu‘ – Taste*“ je drei Mal reagieren sollten. Dies dient zum Vertrautmachen mit dem Versuch und zum Lernen der Positionen der beiden Tasten, damit im Versuch nicht die für die Entscheidung entsprechende Taste vom Pad erst abgelesen werden musste. Insgesamt traten bei diesem Vorversuch bei allen Versuchspersonen nur neun Fehler bei den 300 Durchgängen auf (= 3 % der Fälle).

Als Baseline für die Reaktionszeit wurden in einem zweiten Block 10 Reaktionszeiten nach dem gleichen Muster erhoben. Hierbei wurden 34 Fehler gemacht (3,4 %). Die Reaktionszeiten werden über alle Versuchspersonen mit den Reaktionszeiten der Antworten auf die 15 Aussagen korreliert. Ist die Korrelation nicht von 0 verschieden, dann kann davon ausgegangen werden, dass das Lesen der verschieden langen Aussagen entweder bei allen Aussagen gleich schnell war oder es zumindest keinen systematischen Zusammenhang gibt. Besteht eine positive Korrelation, muss davon ausgegangen werden, dass Versuchspersonen mit niedrigen Reaktionszeiten schneller lesen können und dass deren niedrigere Werte nicht allein von einer stärkeren Überzeugung herrühren. Eine negative Korrelation ist zwar schwer zu interpretieren, würde aber wohl bedeuten, dass Versuchspersonen mit schnellerer Reaktionszeit langsamer lesen bzw. länger für die Beantwortung der Fragen benötigen, und zwar unabhängig von deren Einstellungsstärke.

3.2.3 Fragebogen zum Fernsehverhalten

Um das Fernsehverhalten zu erheben, wurde den Versuchspersonen nach der Bearbeitung der Items am Computer ein weiterer Fragebogen vorgelegt (Anhang A).

Die in Frage 3 angekreuzten Fernsehzeiten wurden summiert, wobei „weniger als 1 Stunde“ den Wert 0 und „mehr als 4 Stunden“ den Wert 5 bekam und der Wert für die Wochentage mit fünf multipliziert wurde. Der so berechnete Kennwert heißt Fernsehdauer (t_{TV}). Zusätzlich wurde ein Indikator für die Soapsehdauer (t_{Soap}) gebildet, der aus der Summe der angekreuzten Skalenwerte (1-5) besteht, die für die Häufigkeit, mit der die vier deutschen Daily Soaps „Unter Uns“, „Verbotene Liebe“, „Marienhof“ und „Gu-

te Zeiten Schlechte Zeiten“ gesehen werden, abgegeben wurden. Es ist anzumerken, dass die Soapsehdauer somit nicht und die Fernsehdauer nur bedingt Zeitstunden entspricht, sondern dass diese Indikatoren als die eigene Einschätzung der vor dem Fernseher verbrachten Zeit für Fernsehen insgesamt oder eben für das Sehen der Soaps angesehen werden müssen.

Die Frage 5 nach den gesehenen Fernseh-Genres wurde gestellt, um eventuelle Nutzungs-Profile des Fernsehens zu finden und diese mit der Präferenz bezüglich der Daily Soaps in Verbindung zu bringen. Da sich aber faktorenanalytisch keine sinnvollen Kategorien bilden ließen, sondern vielmehr fast alle Items auf einem Faktor luden, wurden alle Angaben aufsummiert und ein Nutzungswert errechnet, der als Indikator für die Häufigkeit des Fernsehens gesehen werden kann.

3.3 Datenauswertung

Da sich die ursprünglich konzipierten drei Einstellungsskalen mit dem vorgelegten Fragebogen nicht erstellen ließen, werden die Aussagen einzeln verrechnet. Für jede Aussage wird die Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Soapsehndauer ($r_{AV-Soap}$) berechnet. Außerdem wird die Korrelation zwischen der Antwortgeschwindigkeit und der Fernsehdauer (r_{AG-TV}) ermittelt.

Da die Antworten so kodiert sind, dass eine Ablehnung der jeweiligen Aussage den Wert Null und eine Zustimmung den Wert 1 erhält, wird ein positiver Zusammenhang zwischen der Soapsehndauer und der Einstellung bezüglich Beziehungsproblemen bzw. Autonomie erwartet und ein negativer Zusammenhang zwischen Soapsehndauer und Vertrauen/Misstrauen. In Bezug auf die Beeinflussung der Stärke der Einstellung durch das Fernsehen wird ein negativer Zusammenhang zwischen der Antwortgeschwindigkeit und der Fernsehdauer erwartet, da bei längerer Fernsehdauer die Beeinflussung größer und damit die Antwortgeschwindigkeit geringer sein müsste (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Erwartete Zusammenhänge zwischen den Einstellungsdimensionen und der Fernsehdauer bzw. Soapsehndauer

	Fernsehdauer	Soapsehndauer
Beziehung		+
Vertrauen/Misstrauen		-
Autonomie		+
Antwortgeschwindigkeit	-	-

4. Ergebnisse

4.1 Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Soapsehdauer

Tabelle 3 zeigt, dass zwei Aussagen mit der Soapsehdauer einen signifikanten Zusammenhang haben. Aussage A9, „Jeder Mensch ist käuflich“, korreliert mit $r = 0,27$ ($p = 0,03$) mit der Häufigkeit, die für die vier Daily Soaps angegeben wurde. Aussage A14, „Bereits während der Schulzeit alleine zu wohnen, ist erstrebenswert“, korreliert mit $r = 0,31$ ($p = 0,02$) mit der Soap-Sehdauer. Außerdem sind die Zusammenhänge von Aussage A3, „Ich finde es normal, wenn ich mich mit meinen Partner hin und wieder streite“, Aussage A4, „Missverständnisse in meiner Partnerschaft empfinde ich als normal“, und A12, „Wer es sich leisten kann, sollte nicht mehr bei seinen Eltern wohnen“, mit jeweils $r = 0,22$ auf dem 10%-Niveau signifikant.

Tabelle 3: Korrelationen des Antwortverhaltens mit Soapsehdauer, Fernsehdauer sowie der Antwortgeschwindigkeit

	$r_{AV-Soap}$	r_{AV-TV}	r_{AV-AG}
A1	,08	,19	-,12
A2	,08	,10	-,26 ⁺
A3	,22 ⁺	,30*	,14
A4	,22 ⁺	,34*	,02
A5	-,05	-,10	-,01
A6	,08	,22	-,03
A7	,14	-,12	-,07
A8	,04	-,07	-,04
A9	,27*	-,01	-,07
A10	,16	,09	,02
A11	,10	,40**	-,06
A12	,22 ⁺	,19	-,11
A13	,11	,06	-,11
A14	,31*	-,15	-,02
A15	-,04	,01	-,31 ⁺

Anmerkung: ⁺) tendenziell signifikant 10% *) signifikant 5% **) signifikant 1%

4.2 Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Fernsehdauer

In Tabelle 3 kann man drei signifikante Korrelationen zwischen dem Antwortverhalten und der Fernsehdauer finden. Aussage A3, „Ich finde es normal, wenn ich mich mit meinen Partner hin und wieder streite“, ($r = 0,30$, $p = 0,04$) und Aussage A4, „Missverständnisse in meiner Partnerschaft empfinde ich als normal“, ($r = 0,34$, $p = 0,2$) korrelieren auf dem 5%-Niveau, Aussage A11, „Nebenjobs sind für die Unabhängigkeit von Schülern wichtig“, sogar auf dem 1%-Niveau ($r = 0,40$, $p = 0,006$) mit der Fernsehdauer.

4.3 Korrelation zwischen dem Antwortverhalten und der Antwortgeschwindigkeit

Es gibt zwei schwache Zusammenhänge zwischen dem Antwortverhalten und der Antwortgeschwindigkeit. Die Zustimmung zu Aussage A2, „Ich halte in einer Beziehung Treue für wichtig“, korreliert mit $r = -0,26$ ($p = 0,06$) und die zu Aussage A15, „Der Einfluss der Eltern bei der Erziehung Jugendlicher wird immer geringer“, mit $r = -0,31$ ($p = 0,06$) mit der Antwortgeschwindigkeit.

4.4 Korrelation zwischen der Antwortgeschwindigkeit, der Fernsehdauer, der Soapsehdauer und dem Nutzungswert

Zwischen der Antwortgeschwindigkeit (1) und der Fernsehdauer (2) bzw. der Soapsehdauer (3) bzw. dem Nutzungswert (4, gebildet aus der Summe der Nutzungen von Fernseh-Genres) besteht kein signifikanter Zusammenhang ($r = 0,05$, $p = 0,36$ bzw. $r = 0,02$, $p = 0,91$ bzw. $r = -0,16$, $p = 0,27$; vgl. Tabelle 4).

Es besteht aber ein positiver Zusammenhang zwischen Fernsehdauer und Soapsehdauer ($r = 0,29$, $p = 0,05$). Die Korrelation zwischen Fernsehdauer und Nutzungswert ist auf dem 1%-Niveau signifikant ($r = 0,65$, $p = 0,000005$).

Ein schwacher Zusammenhang besteht zwischen Soapsehdauer und Nutzungswert ($r = 0,25$, $p = 0,08$).

Tabelle 4: Korrelationen zwischen Antwortgeschwindigkeit, Fernsehdauer, Soapsehdauer und Nutzungswert

	1	2	3	4
1: Antwortgeschwindigkeit		,05	,02	-,16
2: Fernsehdauer	,05		,29*	,65**
3: Soapsehdauer	,02	,29*		,25 ⁺
4: Nutzungswert	-,16	,65**	,25 ⁺	

Anmerkung: ⁺) tendenziell signifikant 10% *⁾ signifikant 5% **⁾ signifikant 1%

5. Diskussion

5.1 Diskussion der verwendeten Methoden

Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, die Untersuchung von Shrum (1999) bezüglich der Kultivierungshypothese im deutschen Sprachraum und bezogen auf deutsche Seifenopern zu replizieren. Da deutsche Seifenopern sich in den dargestellten Themengebieten von den amerikanischen unterscheiden, mussten zunächst die Kernthemen der deutschen Daily Soaps eruiert werden, um festzulegen, welche Einstellungsdimensionen überhaupt erhoben werden sollen. Zwei der drei untersuchten Einstellungsdimensionen („Beziehungsprobleme“ sowie „Vertrauen/Misstrauen“) deckten sich mit denen der Originalarbeit, als dritte Dimension wurde „Autonomie“ anstelle des ursprünglichen „Desire for material goods“ (Verlangen nach materiellen Gütern) verwendet.

Die verwendeten Skalen zur Erhebung der Einstellungsdimensionen erwiesen sich jedoch als intern inkonsistent. Das bedeutet, dass sie aufgrund mangelnder Reliabilität als Instrumente zur Einstellungsmessung ungeeignet waren. Um dieses Manko zu vermeiden, hätte man die Skalen in Vorversuchen mit anderen Probanden auf ihre interne Konsistenz überprüfen können, um erst dann den Hauptversuch mit den verbesserten und fertig entwickelten Aussagen zu den jeweiligen Einstellungsdimensionen durchzuführen.

Dieses Problem ist eventuell dafür verantwortlich, dass in der vorliegenden Studie die Hypothese der Originalarbeit, dass nämlich die Häufigkeit des Konsums von Seifenopern einen Einfluss auf die Einstellungsrichtung und die Einstellungsstärke besitzt, nicht im gewünschten Umfang repliziert werden konnten.

5.2 Diskussion der inhaltlichen Ergebnisse

Aufgrund der mangelnden Konsistenz der Einstellungsskalen wurden alle Aussagen der Probanden einzeln mit deren Soapsehndauer verrechnet. Der signifikante Zusammenhang der Aussagen A9 („Jeder Mensch ist käuflich“) und A14 („Bereits während der Schulzeit alleine zu wohnen, ist erstrebenswert.“) mit der Häufigkeit des Soap-Konsums bestätigt partiell die Kultivierungshypothese und deckt sich mit den Ergebnissen der Ori-

nalarbeit. Auch für die Aussagen A3 („Ich finde es normal, wenn ich mich mit meinen Partner hin und wieder streite.“), A4 („Missverständnisse in meiner Partnerschaft empfinde ich als normal.“) und A12 („Wer es sich leisten kann, sollte nicht mehr bei seinen Eltern wohnen.“) ergaben sich tendenzielle Zusammenhänge.

Mit der Fernsehdauer ergaben sich gleich gelagerte Zusammenhänge mit den Aussagen A3 und A4, jeweils signifikant auf dem 5%-Niveau. Eine bemerkenswerte Korrelation besteht zwischen Aussage A11 („Nebenjobs sind für die Unabhängigkeit von Schülern wichtig.“) und der Fernsehdauer.

Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass das Fernsehen auch hierzulande einen Einfluss auf die Einstellung der Zuschauer besitzt, dass also durchaus von einem Kultivierungseffekt gesprochen werden kann. Nach Gerbner ist Fernsehen aber weniger dazu geeignet, vorhandene Einstellungen zu ändern, seine Hauptfunktion bestehe eher darin, „to maintain, stabilize, and reinforce - not subvert - conventional values, beliefs and behaviors“ (Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan & Jackson-Beeck, 1979, S. 180, zitiert nach Shrum, 1999).

Für die Aussagen A2 („Ich halte in einer Beziehung Treue für wichtig.“) und A15 („Der Einfluss der Eltern bei der Erziehung Jugendlicher wird immer geringer.“) wurden tendenzielle negative Korrelationen zwischen Itembeantwortung und Reaktionszeit gefunden. Dies deutet darauf hin, dass diese Einstellungen bei den Versuchspersonen gedächtnismäßig stärker repräsentiert oder verankert waren.

Wenn aber die Einstellungsstärke mit der Fernsehdauer ansteigt und diese nach Fazio (1995) mit Hilfe der Reaktionszeit erhoben werden kann, so hätte sich auch in unserer Untersuchung ein noch deutlicherer Zusammenhang zwischen Fernsehdauer und Antwortgeschwindigkeit auf fernsehtypische Aussagen finden müssen. Dies war aber nur bedingt (s.o.) der Fall. Da auch in der Originalarbeit ausschließlich Studenten an der Untersuchung teilnahmen, lässt sich der fehlende Zusammenhang auch nicht durch ein zu hohes Bildungsniveau unserer Probanden erklären.

Da alle denkbaren Erklärungen dafür, dass unsere Hypothese 4, nach der die Einstellungsstärke von Vielsehern - unabhängig von der Einstellungsrichtung - größer (also deren Antwortgeschwindigkeit geringer) als diejenige von Wenigsehern sei, nicht bestätigt werden konnte, bestenfalls spekulativer Natur sind, sind weitere Untersuchungen durchzuführen. Eventuell wird in Deutschland weniger ferngesehen, vielleicht ist auch die Einstellung deutscher Probanden weniger durch das Fernsehen beeinflussbar.

Es könnte aber auch sein, dass die in der Originalarbeit erhobene Variable „Need for cognition“, also die Zeit, die ein Proband unabhängig von der Fragestellung zum Nachdenken benötigt, auch in der vorliegenden Untersuchung wichtig gewesen wäre; es ist daher zu überdenken, ob und wie diese Variable Eingang in künftige Arbeiten finden kann.

6. Zusammenfassung

In verschiedenen amerikanischen Untersuchungen wurde festgestellt, dass die Inhalte und die Dauer des Fernsehens einen Einfluss auf Art und Stärke der Einstellung eines Zuschauers besitzen. In der vorliegenden Arbeit wurde deshalb versucht, die Studie von Shrum (1999) an den deutschen Sprachraum anzupassen und zu replizieren. Hierbei wurden drei Einstellungsdimensionen unterschieden: Beziehungsprobleme, Vertrauen/Misstrauen und Autonomie, da diese Dimensionen Kernthemen in den bekannten vier deutschen *Daily Soaps* darstellen.

Einundfünfzig Probanden nahmen an der Untersuchung teil. Ihre Einstellungen wurde mittels Zustimmung oder Ablehnung auf vorgegebene Aussagen, die über einen Computer dargeboten wurden, erhoben; die dabei erhaltenen Reaktionszeiten dienten als Maß für die Stärke der jeweiligen Einstellung. Ein anschließend ausgefüllter Fragebogen gab Aufschluss über das Fernsehverhalten der Probanden.

Die bezüglich der Einstellungsdimensionen vorgegebenen Items stellten sich jedoch als inkonsistent heraus, so dass die fünfzehn Items einzeln verrechnet werden mussten. Nur bei zweien der fünfzehn vorgegebenen Aussagen fand sich eine signifikante Korrelation zwischen der Einstellung und der Soapsehndauer, bei weiteren drei ergab sich ein tendenzieller Zusammenhang. Es ergab sich kein Zusammenhang zwischen der Antwortgeschwindigkeit auf alle Items und der Häufigkeit des Fernsehens.

Die Ergebnisse der Originalarbeit konnten mit den verwendeten Methoden daher nur partiell repliziert werden.

7. Literatur

- Beringer, J. (1999). *ERTS*. Frankfurt a.M.: BeriSoft Cooperation.
- Fazio, R. H. (1995). Attitudes as object-evaluation associations: Determinations, consequences, and correlates of attitude accessibility. In R. E. Petty & J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 247-282). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26 (2), 173-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N. (1980). The "Mainstreaming of America": Violence Profile No. 11. *Journal Of Communication*, 30 (3), 10-29.
- Hawkins, R. P. & Pingree, S. (1982). Television's influence on constructions of social reality. In D. Pearl, L. Bouthilet & J. Lazar (Eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (Technical Reports, pp. 224-247). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- Hirsch, P. M. (1980). The scary world of the nonviewer and other anomalies: A re-analysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis. *Communication Research*, 7, 403-456.
- Katz, E. & Foulkes, D. (1962). On the use of mass media as „escape“. Classification of a concept. *Public Opinion Quarterly*, 26 (3), 377-388.
- Krosnick, J. A. & Petty, R. E. (1995). Attitude strength: An overview. In R. E. Petty & J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 1-24). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Shrum, L. J. (1996). Psychological processes underlying cultivation effects: Further tests of construct accessibility. *Human Communication Research*, 22, 482-509.
- Shrum, L. J. (1999). The relationship of television viewing with attitude strength and extremity: Implications for the cultivation effect. *Media Psychology*, 1, 3-25.
- Shrum, L. J. & O'Guinn, T. C. (1993). Process and effects in the construction of social reality: Construct accessibility as an explanatory variable. *Communication Research*, 20, 436-471.
- Taschler-Pollacek, H. & Lukesch, H. (1990). Viktimisierungsangst als Folge des Fernsehkonsums? Eine Studie an älteren Frauen. *Publizistik*, 35, 443-453.
- Vitouch, P. (1993). *Fernsehen und Angstbewältigung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Volgy, T. & Schwarz, J. (1980). Television entertainment programming and sociopolitical attitudes. *Journalism Quarterly*, 57, 150-155.

8. Anhang

A. Fragebogen

Zum Abschluss unserer Untersuchung benötigen wir von Dir noch einige Angaben zu Deinem Fernsehverhalten. Bitte fülle den Fragebogen wahrheitsgemäß aus, die Auswertung des Bogens erfolgt anonymisiert und Deine Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

1. Hast Du einen Fernseher in Deiner Wohnung?

Ja Nein

2. Hast Du einen Kabel- bzw. Satellitenanschluss?

Ja Nein

3. Wie viele Stunden schaust Du normalerweise fern?

	Weniger als 1 Stunde	Ca. 1 Stunde	Ca. 2 Stunden	Ca. 3 Stunden	Ca. 4 Stunden	Mehr als 4 Stunden
Wochentags						
Samstags						
Sonntags						

4. Wie häufig schaust Du die folgenden Fernsehserien?

	nie	selten	manchmal	oft	Täglich
Gute Zeiten schlechte Zeiten	1	2	3	4	5
Marienhof	1	2	3	4	5
Unter uns	1	2	3	4	5
Verbotene Liebe	1	2	3	4	5

5. Wie oft siehst Du folgende Art von Fernsehprogramm?

	nie	selten	manchmal	oft	sehr oft
Amerikanische Serien	1	2	3	4	5
Cartoons	1	2	3	4	5
Deutsche Serien	1	2	3	4	5
Fernsehmagazine	1	2	3	4	5
Comedy	1	2	3	4	5
Dokumentationen	1	2	3	4	5
Musiksendungen	1	2	3	4	5
Nachrichten	1	2	3	4	5
Spielfilme	1	2	3	4	5
Sportsendungen	1	2	3	4	5
Talk-Shows	1	2	3	4	5

Demographische Daten:

Alter: _____ Geschlecht: _____

Studienfach: _____

Semester: _____

B. Instruktion

Instruktion

In der folgenden Sitzung erscheinen verschiedene Aussagen auf dem Bildschirm vor Dir. Deine Aufgabe ist es, zu entscheiden, ob Du der jeweiligen Aussage eher zustimmst oder sie eher ablehnst. Es gibt kein „Richtig“ oder „Falsch“, entscheide dich nur so schnell wie möglich und drücke dann die rechte Taste für „Stimme zu“, beziehungsweise die linke Taste für „Stimme nicht zu“.

In den ersten sechs Durchgängen sollst Du die Tastenbelegung üben. Die weiteren zehn dienen zur Bestimmung Deiner Reaktionszeit. Danach kommen die eigentlichen 15 Aussagen. Es ist immer eine Pause zwischen diesen drei Blöcken, in denen Du eventuelle Fragen klären kannst.

Vielen Dank für's Mitmachen.