Helmut Scherer

Medienrealität und Rezipientenhandeln

Helmut Scherer

Medienrealität und Rezipientenhandeln

Zur Entstehung handlungsleitender Vorstellungen

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Scherer, Helmut:

Medienrealität und Rezipientenhandeln : zur Entstehung
handlungsleitender Vorstellungen / Helmut Scherer. –

Wiesbaden : Dt. Univ.-Verl., 1997

(DUV : Sozialwissenschaft)

Zugl.: Erlangen, Nürnberg, Univ., Habil.-Schr., 1995

ISBN 978-3-8244-4226-3

ISBN 978-3-663-08752-6 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-663-08752-6

© Springer Fachmedien Wiesbaden 1997

Ursprünglich erschienen bei Deutscher Universitäts-Verlag GmbH, Wiesbaden 1997

Lektorat: Claudia Splittgerber

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf chlorarm gebleichtem und säurefreiem Papier

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen.....	8
Verzeichnis der Tabellen im Anhang	11
Verzeichnis der Schaubilder.....	12
1. Einleitung.....	15
2. Handlung und Kommunikation.....	25
2.1. Vorbemerkung.....	25
2.2. Der soziologische Handlungsbegriff.....	25
2.2.1. Handlung als Sonderform von Verhalten	25
2.2.2. Einstellung und Handlung	39
2.2.3. Zusammenfassung	41
2.3. Rezeption als Handlung - Rezeption und Handlung	41
2.3.1. Mögliche Bezüge zwischen den Begriffen Rezeption und Handlung	41
2.3.2. Einige Grundbegriffe.....	44
2.3.3. Rezeption als Handlung.....	46
2.3.3.1. Die Zuwendung zu Medieninhalten als Handlung.....	46
2.3.3.2. Exkurs: Habitualisierte Mediennutzung als Handlung	54
2.3.3.3. Die Interpretation von Medienbotschaften als Handlung. Die kommunikative Phase	57
2.3.4. Zur Beziehung zwischen Rezeptionshandeln und anderen Handlungen.....	76
2.3.5. Transaktionale und explizit handlungstheoretische Ansätze in der Rezeptionsforschung	84
2.3.5.1. Die Kritik an der Rezeptionsforschung.....	84
2.3.5.2. Transaktionale Modelle der Rezeption	86
2.3.5.3. Explizit handlungstheoretische Rezeptionsmodelle.....	90
2.4. Zusammenfassung und Fragestellungen.....	104
3. Methode.....	109
3.1. Datenmaterial	109
3.2. Vorgehensweise.....	113
4. Die Definition der Handlungssituation zur Volkszählung durch die Bevölkerung, die Massenmedien und die Informationskampagne	115

4.1. Vorüberlegungen	115
4.2. Die Vorstellungen der Bevölkerung über die Volkszählung.....	116
4.2.1. Entwicklung von Meinung, Verhaltensabsicht und Vorstellungen zur Volkszählung	116
4.2.2. Einstellung und Verhaltensabsicht	129
4.2.3. Zum Zusammenhang zwischen Einstellung, Verhaltensabsicht und Vorstellungen zur Volkszählung.....	142
4.2.4. Exkurs: Der Einfluß der Primärumwelt.....	153
4.2.5. Zusammenfassung	160
4.3. Die Definition der Situation durch die Medien	160
4.4. Die Definition der Situation durch die Kampagne	162
4.5. Zusammenfassung.....	164
5. Die Suche nach Informationen	167
5.1. Modelle der Informationssuche.....	167
5.2. Die Entwicklung des Informationsinteresses	170
5.3. Tendenzunabhängige Modelle der Informationssuche oder des Informationsbedarfes.....	174
5.3.1. Das ökonomisch-rationalistische Modell der Informationssuche	174
5.3.2. Der Koorientierungsansatz	190
5.3.3. Der risikothoretische Ansatz.....	200
5.3.4. Der Komplexitätsansatz.....	203
5.3.5. Das Involvement-Konzept.....	208
5.3.6. Zwischenresümee: Der Einfluß der verschiedenen Faktoren auf die Intensität des Informationsinteresses.....	215
5.4. Ein tendenzabhängiges Modell der Informationssuche: Der konsistenztheoretische Ansatz.....	217
5.5. Determinanten der Informationssuche: eine multivariate Analyse	224
5.6. Zusammenfassung	227
6. Determinanten der Medienwahrnehmung	229
6.1. Vorbemerkung.....	229
6.2. Die Wahrnehmung von Medienberichten und Anzeigen	243
6.2.1. Die Entwicklung der Medienwahrnehmung.....	243
6.2.2. Medien- und Anzeigenwahrnehmung und Interesse	246
6.2.3. Andere Formen der Informationssuche	249

6.2.4. Determinanten der Wahrnehmung von Medienbeiträgen zur Volkszählung.....	252
6.2.5. Die Interpretation der Medieninhalte.....	262
6.3. Zusammenfassung	267
7. Persönliche Kommunikation über die Volkszählung.....	269
7.1. Gesprächsverhalten als Handlung	269
7.2. Entwicklung des Gesprächsinteresses	271
7.3. Redebereitschaft als Persönlichkeitsmerkmal	272
7.4. Gespräche und Interesse	276
7.5. Gespräche und Meinungsklima	277
7.6. Die verschiedenen Determinanten der Gesprächshäufigkeit.....	283
7.7. Zusammenfassung	285
8. Die Folgen des kommunikativen Handelns. Zur Frage der Wirkungen von Kommunikation	287
8.1. Vorbemerkung.....	287
8.2. Problematik des Wirkungsbegriffs	287
8.3. Die Entwicklung von Vorstellungen über die Volkszählung als Folge kommunikativen Handelns.....	294
8.3.1. Die Strafbarkeit der Verweigerung.....	294
8.3.2. Die Ausfüllzeit.....	307
8.3.3. Andere handlungsrelevante Vorstellungen.....	323
8.4. Zusammenfassung	327
9. Perspektivenwechsel	329
9.1. Situation und Kommunikation	329
9.2. Die Interaktion von Interesse und Kommunikationshandeln	332
9.3. Interaktion zwischen Wirklichkeitsvorstellungen und Medien- wahrnehmung	335
9.4. Zusammenfassung	346
10. Zusammenfassung.....	347
Literaturverzeichnis.....	357
Tabellenanhang	385
Methodischer Anhang	395

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Klassifikation medienbezogener Bedürfnisse nach Katz et al. (1973).....	45
Tabelle 2: Motive des Lesens nach Waples et al. (1940).....	47
Tabelle 3: Systematik der Mediennutzungsmotive nach McQuail 1983	50
Tabelle 4: Befragte im Panel.....	110
Tabelle 5: Design der Nürnberger Volkszählungsbegleitforschung	112
Tabelle 6: Zeitliche Platzierung der Erhebungsteile der Kölner Begleitforschung zur Volkszählung 1987	112
Tabelle 7: Nützlichkeit der Volkszählung.....	124
Tabelle 8: Notwendigkeit der Volkszählung.....	125
Tabelle 9: Befürchtung von Datenmißbrauch bei der Volkszählung	126
Tabelle 10: Nachteile durch die Volkszählung	127
Tabelle 11: Volkszählung ist gefährlich.....	128
Tabelle 12: Volkszählung ist aufwendig und teuer	128
Tabelle 13: Einfachheit der Volkszählungsfragen	129
Tabelle 14: Entwicklung der Teilnahmebereitschaft in Abhängigkeit von der Einstellung zur Volkszählung.....	132
Tabelle 15: Entwicklung der Einstellung zur Volkszählung in Abhängigkeit von der Teilnahmebereitschaft	134
Tabelle 16: Entwicklung der Einstellung Unentschiedener in Abhängigkeit von der Teilnahmebereitschaft.....	136
Tabelle 17: Entwicklung der Teilnahmebereitschaft von Unentschlossenen in Abhängigkeit von der Einstellung.....	138
Tabelle 18: Faktoren, die die Einstellung zur Volkszählung beeinflussen	147
Tabelle 19: Faktoren, die die Teilnahmebereitschaft bei der Volkszählung beeinflussen.....	149
Tabelle 20: Faktoren, die die Teilnahmebereitschaft bei der Volkszählung beeinflussen, bei Befragten mit unterschiedlicher Einstellung (März 1987)	151
Tabelle 21: Zusammensetzung der Volkszählungsgegner: Soziodemographie	155
Tabelle 22: Zusammensetzung der Volkszählungsgegner: politische Einstellungen.....	157
Tabelle 23: Zusammensetzung der Verweigerer: Soziodemographie.....	158
Tabelle 24: Zusammensetzung der Verweigerer: politische Einstellungen	159
Tabelle 25: Modelle der Informationssuche nach Silberer 1981	169

Tabelle 26: Entwicklung des Informationsinteresses zwischen den verschiedenen Panelwellen	173
Tabelle 27: Informationsinteresse und Selbsteinschätzung der Informiertheit	179
Tabelle 28: Informationsinteresse und Sicherheit in der Teilnahmebereitschaft	183
Tabelle 29: Informationsinteresse und Einstellung zur Volkszählung.....	185
Tabelle 30: Abhängigkeit des Informationsinteresses vom Kenntnisstand der Freunde und Bekannten	192
Tabelle 31: Sozialer Druck und Informationsinteresse	194
Tabelle 32: Häufigkeit politischer Gespräche und Interesse an Informationen über die Volkszählung	196
Tabelle 33: Meinungsführerschaft und Interesse an Informationen über die Volkszählung	198
Tabelle 34: Abhängigkeit des Informationsinteresses vom sozialen Nutzen (März 1987).....	199
Tabelle 35: Einfluß des Wissens um Strafbarkeit auf das Informationsinteresse	202
Tabelle 36: Einfluß der Bildung auf das Informationsinteresse.....	205
Tabelle 37: Informationsinteresse in Abhängigkeit von der Vorstellung der Komplexität der Volkszählung	207
Tabelle 38: Interesse an Politik und Informationsinteresse zur Volkszählung	213
Tabelle 39: Informationsinteresse und Orientierungsbedürfnis	215
Tabelle 40: Einfluß verschiedener Faktoren auf das Informationsinteresse im März 1987	216
Tabelle 41: Lesemotivation bei Volkszählungsgegnern in Abhängigkeit vom Orientierungsbedürfnis.....	222
Tabelle 42: Die Abhängigkeit der Lesemotivation im März 1987 von verschiedenen motivationalen Faktoren.....	225
Tabelle 43: Reichweite unterschiedlicher Informationsmedien in Abhängigkeit vom Informationsinteresse	250
Tabelle 44: Determinanten der Wahrnehmung von Medienberichten zur Volkszählung	256
Tabelle 45: Determinanten der Wahrnehmung von Anzeigen	261
Tabelle 46: Determinanten der wahrgenommenen Medientendenz	266
Tabelle 47: Persönliche Gespräche über die Volkszählung in den verschiedenen soziodemographischen Gruppen	273
Tabelle 48: Typologie der Medienwirkung.....	289
Tabelle 49: Wissen um die Strafbarkeit der Verweigerung in Abhängigkeit von der Wahrnehmung von Medienberichten.....	295

Tabelle 50: Wissen um die Strafbarkeit der Verweigerung in Abhängigkeit von der Wahrnehmung von Anzeigen.....	297
Tabelle 51: Wissen um die Strafbarkeit der Verweigerung in Abhängigkeit von der Teilnahme an Gesprächen.....	299
Tabelle 52: Entwicklung des Wissens um die Strafbarkeit der Verweigerung in Abhängigkeit von Medienkontakten.....	301
Tabelle 53: Entwicklung des Wissens um die Strafbarkeit der Verweigerung in Abhängigkeit von Anzeigenkontakten.....	302
Tabelle 54: Entwicklung des Wissens um die Strafbarkeit der Verweigerung in Abhängigkeit von persönlichen Gesprächen.....	303
Tabelle 55: Interesse an Informationen und Wissen um die Strafbarkeit	304
Tabelle 56: Die Kombination von Informationsinteresse und Mediennutzung und das Wissen um die Strafbarkeit der Verweigerung.....	305
Tabelle 57: Entwicklung von Befragten, die nichts von der Strafe wissen.....	306
Tabelle 58: Vorstellung von der Antwortzeit in Abhängigkeit vom kommunikativen Handeln	308
Tabelle 59: Vorstellung von der Antwortzeit haben in Abhängigkeit vom Informationsinteresse.....	309
Tabelle 60: Entwicklung der Vorstellung von der Antwortzeit in Abhängigkeit von Medienkontakten.....	310
Tabelle 61: Entwicklung der Vorstellung von der Antwortzeit in Abhängigkeit von Anzeigenkontakt und Sloganwahrnehmung	312
Tabelle 62: Entwicklung der Vorstellung von der Antwortzeit in Abhängigkeit vom Informationsinteresse.....	314
Tabelle 63: Entwicklung einer Vorstellung von der benötigten Antwortzeit in Abhängigkeit vom Kommunikationsverhalten	316
Tabelle 64: Vermutete Antwortzeit in Abhängigkeit vom kommunikativen Handeln	319
Tabelle 65: Vermutete Antwortzeit in Abhängigkeit vom Informationsinteresse	320
Tabelle 66: Vorstellung von der Ausfüllzeit und Wahrnehmung von Anzeigen unter Berücksichtigung des Informationsinteresses.....	321
Tabelle 67: Vorstellung von der Antwortzeit in Abhängigkeit von Kommunikationshandeln	322
Tabelle 68: Abhängigkeit der Vorstellung, die Volkszählung sei nützlich, vom Kommunikationshandeln (statisches Modell).....	326
Tabelle 69: Abhängigkeit der Vorstellung, die Volkszählung sei nützlich, vom Kommunikationshandeln (dynamisches Modell)	326
Tabelle 70: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen Wissen um die Strafbarkeit der Verweigerung und Kommunikation.....	336

Tabelle 71: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen Einschätzung der Notwendigkeit der Volkszählung und Kommunikationshandeln	339
Tabelle 72: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen Einschätzung der Gefahr und Kommunikationshandeln	340
Tabelle 73: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen Einschätzung der Antwortzeit und Kommunikationshandeln	341
Tabelle 74: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen Einschätzung des Nutzens und Kommunikationshandeln.....	342
Tabelle 75: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen Einschätzung des Mißbrauchs und Kommunikationshandeln.....	343
Tabelle 76: Korrelationsanalyse zum Zusammenhang zwischen der Vorstellung, die Daten werden weitergegeben, und Kommunikationshandeln	345

Verzeichnis der Tabellen im Anhang

Tabelle 77: Zusammensetzung der einzelnen Panelwellen	385
Tabelle 78: Informationsinteresse (t) und Wandel der Teilnahmebereitschaft ($t+1$ auf t)	388
Tabelle 79: Informationsinteresse (t) und Wandel der Teilnahmebereitschaft (t auf $t+1$).....	389
Tabelle 80: Informationsinteresse (t) und Wandel der Einstellung ($t-1$ auf t)	390
Tabelle 81: Informationsinteresse(t) und Wandel der Einstellung(t auf $t+1$)	391
Tabelle 82: Abhängigkeit der Vorstellung, die Volkszählung sei notwendig, vom Kommunikationshandeln (statisches Modell).....	392
Tabelle 83: Abhängigkeit der Vorstellung, die Daten würden weitergegeben, vom Kommunikationshandeln (statisches Modell).....	392
Tabelle 84: Abhängigkeit der Vorstellung, bei der Volkszählung wäre Mißbrauch möglich, vom Kommunikationshandeln (statisches Modell).....	392
Tabelle 85: Abhängigkeit der Vorstellung, die Volkszählung sei gefährlich, vom Kommunikationshandeln (statisches Modell).....	393
Tabelle 86: Abhängigkeit der Vorstellung, die Daten könnten weitergegeben werden, vom Kommunikationshandeln (dynamisches Modell).....	393
Tabelle 87: Abhängigkeit der Vorstellung, die Volkszählung sei notwendig, vom Kommunikationshandeln (dynamisches Modell)	393
Tabelle 88: Abhängigkeit der Vorstellung, die Volkszählung sei gefährlich, vom Kommunikationshandeln (dynamisches Modell)	394
Tabelle 89: Abhängigkeit der Vorstellung, bei der Volkszählung sei Mißbrauch möglich, vom Kommunikationshandeln (dynamisches Modell).....	394

Verzeichnis der Schaubilder

Schaubild 1: Das Handlungs- und Interaktionsmodell des symbolischen Interaktionsmus	36
Schaubild 2: Die Theorie geplanter Handlungen von Fishbein/Ajzen	40
Schaubild 3: Schema der Verarbeitungsprozesse beim Textverstehen	65
Schaubild 4: Das dynamisch-transaktionale Kommunikationsmodell.....	89
Schaubild 5: Der Interpretationsprozeß nach Hullet (1966)	91
Schaubild 6: Struktur- und Prozeßmerkmale des Medienrezeptionshandelns nach Charlton/Neumann (1992)	102
Schaubild 7: Das handlungstheoretische Prozeßmodell der Medienrezeption	108
Schaubild 8: Die Entwicklung von Einstellung und Verhaltensabsicht bei der Volkszählung 1987	117
Schaubild 9: Die Entwicklung der Einstellung zur Volkszählung. Skala von +5 bis - 5	119
Schaubild 10: Entwicklung der Teilnahmebereitschaft. Fünfstufige Rangskala	120
Schaubild 11: Entwicklung des Fragebogenwissens.....	121
Schaubild 12: Entwicklung des Wissens um die Strafbarkeit der Verweigerung.....	122
Schaubild 13: Kausalanalyse zum Ursache-Wirkungs-Verhältnis von Einstellung und Teilnahmebereitschaft. Cross-lagged-panel-correlation	141
Schaubild 14: Determinanten der Teilnahmebereitschaft. Pfadmodell.....	145
Schaubild 15: Verhalten bei der Volkszählung in Abhängigkeit vom Wissen um die Strafbarkeit der Verweigerung bei Befragten mit unterschiedlicher Einstellung zur Volkszählung.....	152
Schaubild 16: Entwicklung des Interesses an Informationen über die Volkszählung 1987 im Panel	171
Schaubild 17: Entwicklung des Interesses an Informationen über die Volkszählung 1987 in den Trenduntersuchungen	172
Schaubild 18: Entwicklung der Selbsteinschätzung der Informiertheit	178
Schaubild 19: Kausalanalyse zum Ursache-Wirkungs-Verhältnis von Informationsinteresse und Selbsteinschätzung der Informiertheit	180
Schaubild 20: Das Informationsinteresse im Verlauf des Entscheidungsprozesses	188
Schaubild 21: Involvement und Interesse an Informationen.....	211
Schaubild 22: Unsicherheit, Relevanz und das Bedürfnis nach Orientierung	214

Schaubild 23: Einstellung zur Volkszählung und Lesemotivation für positive und negative Beiträge über die Volkszählung	219
Schaubild 24: Die Wahrnehmung von Medieninhalten	242
Schaubild 25: Wahrnehmung von Medienbeiträgen zur Volkszählung.....	243
Schaubild 26: Wahrnehmung von Fernsehberichten zur Volkszählung	244
Schaubild 27: Wahrnehmung von Anzeigen zur Volkszählung	245
Schaubild 28: Häufigkeit der Wahrnehmung von Anzeigen.....	246
Schaubild 29: Entwicklung der Medienwahrnehmung in Abhängigkeit vom Interesse an Informationen.....	247
Schaubild 30: Wahrnehmung von Anzeigen in Abhängigkeit vom Interesse an Informationen.....	248
Schaubild 31: Pfadmodell zur Erklärung der Wahrnehmung von Fernsehberichten zur Volkszählung.....	258
Schaubild 32: Entwicklung der Wahrnehmung der Medientendenz.....	262
Schaubild 33: Abhängigkeit der wahrgenommenen Medientendenz von der Lesemotivation.....	263
Schaubild 34: Wahrgenommene Medientendenz in Abhängigkeit von der Einstellung	264
Schaubild 35: Entwicklung der Häufigkeit persönlicher Gespräche über die Volkszählung	271
Schaubild 36: Meinungsführerschaft und persönliche Gespräche über die Volkszählung	274
Schaubild 37: Häufigkeit politischer Gespräche und Gespräche über die Volkszählung	275
Schaubild 38: Informationsinteresse und die Teilnahme an persönlichen Gesprächen über die Volkszählung.....	277
Schaubild 39: Wahrgenommenes Meinungsklima und persönliche Gespräche über die Volkszählung	279
Schaubild 40: Die Stimmung im sozialen Umfeld und persönliche Gespräche über die Volkszählung	280
Schaubild 41: Gespräche über die Volkszählung in Abhängigkeit von Dissonanz und Kongruenz im Nahfeld	282
Schaubild 42: Gespräche über die Volkszählung in Abhängigkeit von Dissonanz und Kongruenz (Fernbereich).....	283
Schaubild 43: Determinanten der Teilnahme an Gesprächen über die Volkszählung	284
Schaubild 44: Korrelationen zwischen den verschiedenen Formen des kommunikativen Handelns sowie dem Interesse	333

Schaubild 45: Die Interaktion von verschiedenen Formen kommunikativen
Handelns sowie Interesse (Pfadmodell) 334

Schaubild 46: Das handlungstheoretische Rezeptions- und Wirkungsmodell..... 354