
5. Forschungsleitende Annahmen & theoretische Modellierung

Untersucht werden soll zunächst die dargestellte Evidenz in TV-Wissenschaftsbeiträgen. In Kapitel 5.1 werden folgend die für diese Untersuchung forschungsleitenden Annahmen zur dargestellten Evidenz aufgezeigt. Dazu werden die Erkenntnisse aus dem theoretischen Kapitel 3 dieser Untersuchung auf den Forschungsgegenstand bezogen und die Grundlagen für die Erfassung der dargestellten Evidenz in einem TV-Wissenschaftsbeitrag aufgezeigt. Des Weiteren wird theoretisch modelliert, wie dargestellte Evidenzen zusammengeführt und mit Hilfe von Evidenzmaßen dann Evidenzdarstellungsmuster konstruiert werden können.

In Kapitel 5.2 werden folgend die für diese Untersuchung forschungsleitenden Annahmen zur Wirkung dargestellter Evidenz aufgezeigt. Dazu werden die Erkenntnisse aus dem theoretischen Kapitel 4 dieser Untersuchung auf den Forschungsgegenstand bezogen und die Grundannahmen für die Messung der Wirkung von Evidenzframes in TV-Wissenschaftsmagazinen auf die Überzeugungen der Rezipienten aufgezeigt. Als erstes wird erläutert, warum es sich bei den Evidenzdarstellungsmustern um formal-abstrakte Frames handelt. Weiter wird dann ein Modell konstruiert, welches den Wirkprozess der Evidenzframes auf die Rezipienten und ihre Überzeugungen theoretisch modelliert.

5.1 Dargestellte Evidenz

In Kapitel 3.2 wurde verdeutlicht, dass Wissenschaftsjournalisten verschiedene Mittel verwenden, um die Nachricht, die sie in einem Beitrag vermitteln wollen, zu belegen oder zu widerlegen. Dabei sind in einem Beitrag externe Belege zu finden, bspw. Studien, Expertenmeinungen oder Fallbeispiele, und interne Belege, Argumentationen der Evidenzquellen, welche in einer bestimmten Art und Weise dargestellt sind. Die dargestellte Evidenz, welche die zu vermittelnde Hauptthese in TV-Wissenschaftsbeiträgen stützt oder widerlegt, kann von Beitrag zu Beitrag beträchtlich variieren. Verschiedene Evidenzquellen mit verschiedenen Qualitätsinformationen werden mit unterschiedlichen Argumentationsweisen, differenten Bildern usw. dargestellt. Zwei Komponenten der dargestellten Evidenz werden in dieser Untersuchung unterschieden. Die externe Evidenz ist der medial präsentierte Beleg eines Sachverhalts, der von den

Journalisten genutzt wird, um Evidenz in den Beitrag einzuführen, und umfasst die Art der dargestellten Evidenzquellen und deren Qualität. Dem Wissenschaftsjournalisten, der über wissenschaftliche Sachverhalte berichten will, stehen vor allem die Evidenzquellen aus der Wissenschaft zur Verfügung. In TV-Wissenschaftsbeiträgen sind diese Evidenzquellen überwiegend Reviews, Studien, Fallbeispiele, Expertenmeinungen und der Off-Sprecher. Die *interne Evidenz* ist der medial präsentierte Beleg eines Sachverhalts, der im journalistischen Produkt entsteht und umfasst die Darstellungs- und Argumentationsweise zur dargestellten Evidenzquelle im Beitrag. Die Anzahl an Argumenten sowie die Homogenität, Detailliertheit, Gewichtung (Relevanz), Neuigkeit, Konstanz sowie die dargestellte implizite und explizite Sicherheit in der Argumentation sind zentrale Aspekte für die Belegkraft der Argumentation, aber auch dargestellte Bilder, die in ihrer Evidenzkraft differieren.

Um die dargestellte Evidenz in einem TV-Wissenschaftsbeitrag zu erfassen, sollte folglich als erstes die externe und interne Evidenz jeder Evidenzquelle in einem Beitrag erfasst werden. In der folgenden Abbildung 4 ist als Beispiel die Evidenzdarstellung eines TV-Wissenschaftsbeitrags mit zwei Evidenzquellen, deren externe und interne Evidenz und deren Dimensionen, visualisiert.

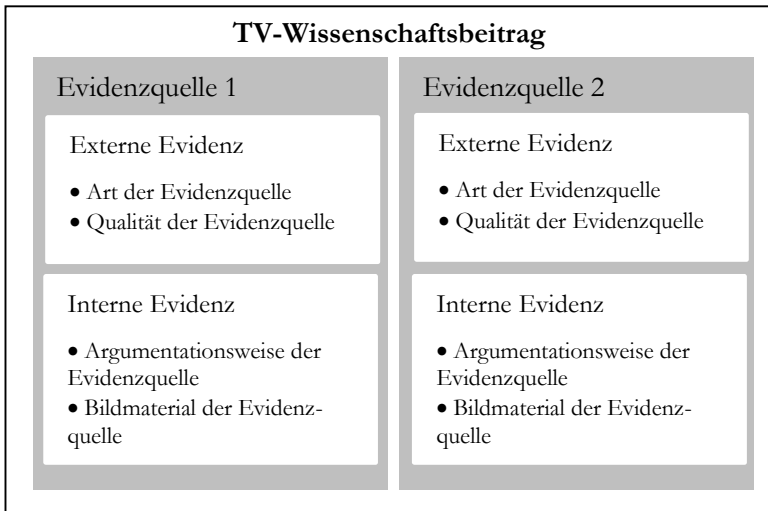


Abbildung 4: Evidenzdarstellungsbeispiel eines TV-Wissenschaftsbeitrags.

werden sollen (vgl. Kapitel 3.1.2). Um nun die dargestellte externe und interne Evidenz der einzelnen Evidenzquellen in einem Beitrag zusammenzuführen, d. h. um das Muster der gesamten Evidenzdarstellung in einem Beitrag zu erfassen, soll die ETDS ebenfalls angewendet werden. Auf diese Weise eröffnet diese Untersuchung ein weiteres Feld, in dem die ETDS genutzt werden kann. Anstatt von Diagnosen und ihren Symptomen (Medizin) oder Sensorergebnissen (Informatik) zu sprechen, kann in einer Untersuchung zur dargestellten Evidenz auch von einer Hauptthese und von verschiedenen, dargestellten Evidenzen ausgegangen werden. Jede Hauptthese eines TV-Wissenschaftsbeitrags wird durch dargestellte Evidenzen gestützt oder widerlegt. Da in einem TV-Wissenschaftsbeitrag meist nicht nur eine Evidenzquelle präsentiert wird, sondern mehrere Evidenzquellen, die verschieden intern evident dargestellt sind, müssen die einzelnen Evidenzen kombiniert werden, um die dargestellte Evidenz des Gesamtbeitrags zu modellieren. In Abbildung 5 ist dies graphisch verdeutlicht.

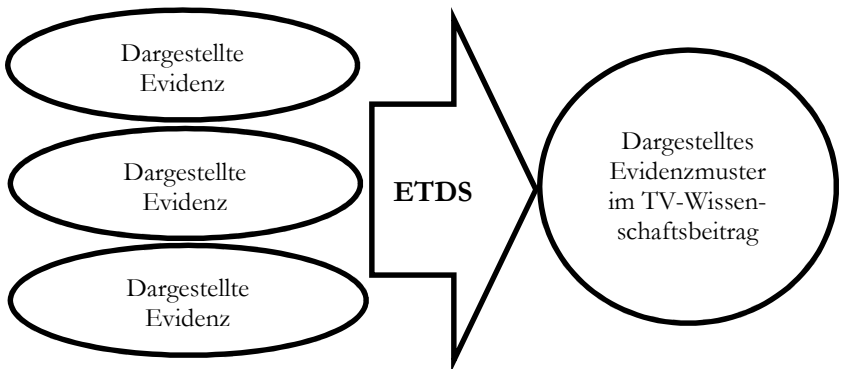


Abbildung 5: Dargestellte Evidenzen kombiniert mittels der ETDS.

Die ETDS ermöglicht es, die dargestellte Evidenz der einzelnen Evidenzquellen für den gesamten Beitrag zusammenzuführen. Der Hauptthese eines Beitrags wird dabei mit Hilfe der ETDS kein fester Wahrscheinlichkeitswert für das Zutreffen zugeordnet, sondern für die Hauptthese jedes TV-Wissenschaftsbeitrags werden Evidenzmaße für das Zutreffen der

Hauptthese (Belief), für die Evidenz gegen das Zutreffen der Hauptthese (Doubt), für die Plausibilität des Zutreffens der Hauptthese, für die Plausibilität des Zutreffens der Gegenthese und für die Ungewissheit, ob die Hauptthese zutrifft, berechnet. Ziel ist es Wahrscheinlichkeitsverteilungen über den gesamten Ereignisraum generieren zu können. Mit Hilfe der ETDS können die im TV-Wissenschaftsbeitrag dargestellten Evidenzmuster modelliert werden, indem die präsentierten Evidenzquellen, die unterschiedlich extern evident und intern evident dargestellt sind, zusammengeführt werden.

Jeder TV-Wissenschaftsbeitrag hat eine bestimmte dargestellte Evidenzstruktur, wenn viele Beiträge sich in ihrer dargestellten Evidenzstruktur ähneln, könnten sich inhaltsunabhängig, abstrakte Muster für die dargestellte Evidenz finden lassen. Diese Evidenzdarstellungsmuster sollen in dieser Untersuchung identifiziert werden.

5.2 Wirkung von dargestellter Evidenz

Werden konstante, generalisierte, wiederholt auftretende Evidenzdarstellungsmuster über eine Vielzahl von TV-Wissenschaftsbeiträgen hinweg gefunden, können diese als Evidenzframes bezeichnet werden. Es geht um den Interpretationsrahmen, in den ein Sachverhalt gesetzt wird (vgl. Kapitel 4.3.1). Evidenzframes strukturieren den Beitrag in Form von abstrakten Mustern dargestellter Evidenz. Jedes Evidenzdarstellungsmuster ist dabei ein formal-abstrakter Frame, also ein themenunabhängig identifizierter, generalisierter Interpretationsrahmen (Scheufele, 2010). Wie auch bei anderen formal-abstrakten Framingstudien stehen hier nicht inhaltliche Aspekte im Fokus, sondern strukturelle Aspekte der Medienbotenschaft, die sich abstrakt auf deren Inhalt beziehen (vgl. Kapitel 4.3.2). Die gefundenen Evidenzframes könnten so potentiell auch bei jedem anderen Thema gefunden werden und sind auf jedes andere Thema anwendbar, wie bspw. auch der episodische und thematische Frame von Iyengar (1991) oder der Konflikt- und Personalisierungsframe von Semetko und Valkenberg (2000).

Die Framingforschung geht davon aus, dass durch journalistisches Framing eines Sachverhalts selektiv bestimmte Aspekte betont und andere in den Hintergrund gestellt werden und dies die Einstellungen, Überzeugungen und Urteile von Rezipienten beeinflussen kann (vgl. Kapitel 4.3.3). Im Fall dieser Untersuchung repräsentieren die framebildenden Evidenzmaße diese Aspekte. Im zweiten Teil dieser Untersuchung soll herausgefunden werden, ob präsentierte Evidenzframes die Überzeugungen der Rezipienten framekonform beeinflussen.

Dass Medienbeiträge eine Wirkung auf Überzeugungsurteile zu einem Sachverhalt haben können, wurde in der Medienwirkungsforschung hinreichend belegt (vgl. Kapitel 4). Die Evidenzdarstellung kann dabei ein wichtiger Prädiktor bei der Einstellungsbildung sein, wie in Kapitel 4.2 anhand verschiedener zusammengetragener Studien, bestätigt wurde. Die Art der Evidenzen, aber auch die Darstellungsweise dieser, spielen hierbei eine entscheidende Rolle. In der Persuasionsforschung untersuchten Studien fast ausschließlich die Wirkung von Informationen einzelner Evidenztypen auf Rezipienten. Vereinzelt konnten hier auch Studien gefunden werden, welche die Wirkung des Zusammenspiels von summarischer versus narrativer Evidenz untersuchten (vgl. Kapitel 4.2). Diese gehen jedoch nicht auf die Wirkung ganzer dargestellter Evidenzmuster ein. Zur Wirkung von Evidenzframes gibt es bisher noch keine Erkenntnisse aus der Persuasions- und Framingforschung.

Ein Wissenschaftsbeitrag mit einer bestimmten dargestellten Evidenzstruktur wirkt nicht auf jeden Rezipienten gleich. Die zugeschriebene Glaubwürdigkeit und die Voreinstellungen von Rezipienten spielen eine wichtige Rolle bei der Wirkung medialer Darstellungen (vgl. Kapitel 4.1.3). Jeder Rezipient hat des Weiteren andere kognitive Verarbeitungsfähigkeiten oder auch eine andere Motivation zur Verarbeitung von medialen Informationen (vgl. Kapitel 4.1.2). Diese Rezipientenvariablen können auf die Framewirkung einen intensivierenden, abschwächenden oder intervenierenden Einfluss haben. Die Wirkung eines Medienstimulus ist dabei nicht, wie oft in der Persuasions- und Framingforschung üblich, einer Stimulus-Response-Vorstellung verhaftet, sondern als dynamisch-transaktional (Früh & Schönbach, 1982; Schönbach & Früh, 1984) anzusehen. Wie aus den Erläuterungen zum UM zu entnehmen ist (vgl. Kapitel 4.1.2), wirkt dabei wahrscheinlich nur der Teil des Medienstimulus auf den Rezipienten, dem vom Rezipienten Relevanz zugeschrieben wird. Dieselbe Information ist für verschiedene Rezipienten zu unterschiedlichen Zeit-

punkten nicht dieselbe, da nur der Teil der Informationen, dem sie bewusst oder unbewusst Relevanz zuschreiben, für deren Überzeugungs- und Einstellungsbildung genutzt wird. Dieser Teil des Medienstimulus, dies kann bspw. die dargestellte Evidenzstruktur eines Beitrags sein, kann dann die Überzeugungen bzw. Einstellungen der Rezipienten potentiell beeinflussen (vgl. Kapitel 4.1.2). Das UM findet auf einer abstrakteren Ebene als die Zweiprozessmodelle statt; die Annahmen der Zweiprozessmodelle sind integriert. Nach Annahmen der Zweiprozessmodelle könnten die Evidenzmuster (inhaltliche Variablen) bei motivierten Rezipienten mit ausreichender kognitiver Kapazität als zentrale/systematische Cues und bei unmotivierten Rezipienten ohne ausreichende kognitive Verarbeitungsfähigkeit als periphere/heuristische Cues auf deren Überzeugungen wirken (vgl. Kapitel 4.1.2).

Medienwirkung wird nicht als einfaches, direktes Kausalergebnis aufgefasst, sondern als Resultat komplexer Interdependenz- und Interaktionsprozesse (Früh & Schönbach, 1982; Schönbach & Früh, 1984). Es handelt sich dementsprechend auch bei der Framingwirkung um ein oszillatorisches Wechselspiel zwischen abhängiger und unabhängiger Variablen (vgl. Kapitel 4.3). Es ist von einem komplexen Wechselspiel zwischen Merkmalen des Stimulus und Eigenschaften des Rezipienten in der Entstehung von Framingeffekten auszugehen. Ein Frame ist dabei eine mediale Darstellungsstruktur, welche in funktionaler Hinsicht durch eine Orientierungsfunktion für den Rezipienten gekennzeichnet ist, das heißt auch, dass der Frame bestimmte Überzeugungsurteile zu einem Sachverhalt eher nahelegt als andere (Potthoff, 2012; Scheufele, 2003). Wird dem Rezipienten also eine bestimmte Evidenzdarstellungsstruktur zu einer Hauptthese präsentiert, sollte diese im mentalen Modell der Rezipienten aktiviert, anwendbar sein und zur Beantwortung der Frage nach den persönlichen Überzeugungen zum präsentierten Sachverhalt herangezogen werden. Dies geschieht aber nicht bei allen Rezipienten auf gleicher Art und Weise. Die Evidenzdarstellungsstruktur ist als Stimulus für verschiedene Interpretationen zu verschiedenen Zeiten nicht dieselbe, sondern verändert rezipientenabhängig ihr Wirkpotential je nach individueller Bedeutungszuweisung (vgl. Früh & Schönbach, 1982; Schönbach & Früh, 1984).

Framingeffekte hängen stark vom einzelnen Individuum ab und nehmen auf verschiedenen Wegen Einfluss auf die Interpretationen bzw. das mentale Modell von Rezipienten (vgl. Kapitel 4.3): indem framekonform neue Überzeugungen verfügbarer gemacht, neue Überzeugungen eingeführt und/oder bereits existierende Überzeugungen neugewichtet werden.

In dieser Untersuchung geht es, dies sei hier nochmals betont, um die Wirkung formal-abstrakter Frames der Evidenzdarstellung auf die Interpretationen und resultierend auf die Überzeugungen der Rezipienten. Es geht um dargestellte formal-abstrakte Evidenzframes, die auf die Überzeugungen von Rezipienten wirken, indem sie im mentalen Modell der Rezipienten salient und verfügbar sind und zur Bildung eines Überzeugungsurteiles angewendet werden.

Die relevanten Überzeugungsurteile für diese Untersuchung sind, analog zu den erfassten framebildenden Evidenzmaßen ausgewählt. Die gebildeten Belief-, Doubt-, Ungewissheits-, Plausibilitäts- und Gegenplausibilitätsurteile der Rezipienten in Bezug auf eine präsentierte Hauptthese in TV-Wissenschaftsbeiträgen sollen untersucht werden. Anders ausgedrückt, soll in dieser Untersuchung zuerst erfasst werden, wie groß das dargestellte Belief-, Doubt-, Ungewissheits- sowie unterstützende und konträre Plausibilitätsmaß in TV-Wissenschaftsbeiträgen ist. Danach soll untersucht werden, wie sehr die Rezipienten einem präsentierten Sachverhalt in einem TV-Wissenschaftsbeitrag glauben, wie sehr sie ihn anzweifeln, ungewiss sind, ob dieser zutrifft, wie plausibel sie ihn finden und wie plausibel das Gegenteil.

Im folgenden Modell wird der in dieser Untersuchung postulierte Framing-Wirkprozess verdeutlicht (siehe Abbildung 6).

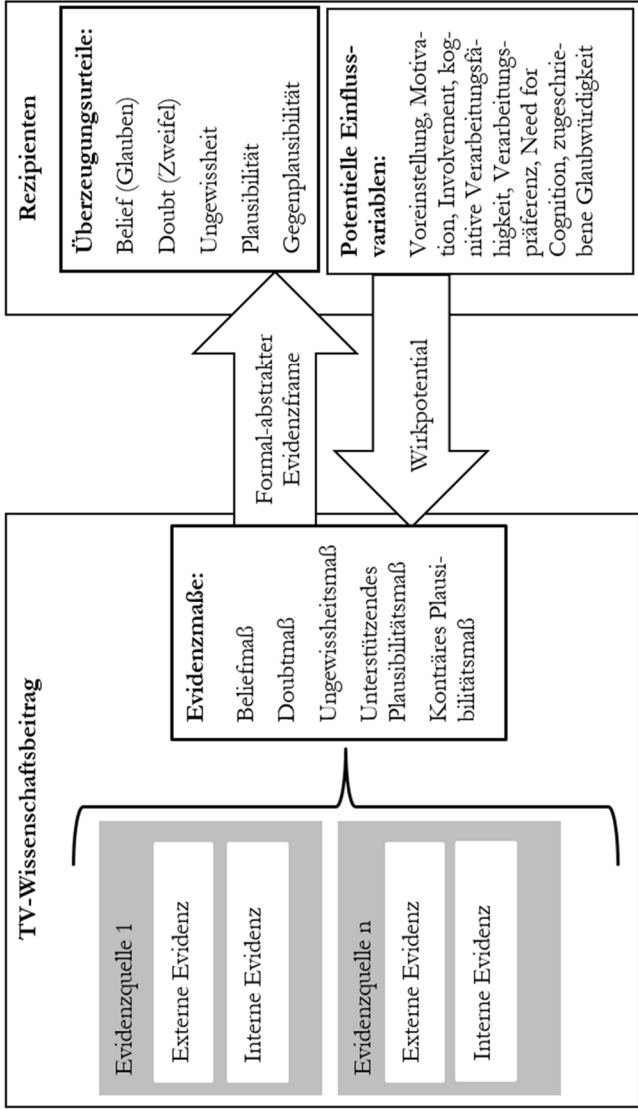


Abbildung 6: Postulierter Framing-Wirkprozess.

Das Evidenzdarstellungsmuster in einem TV-Wissenschaftsbeitrag besteht aus den dargestellten Evidenzmaßen, welche sich aus der externen und internen Evidenz der dargestellten Evidenzquellen im Beitrag ergeben. Das Wirkpotential dieses Evidenzdarstellungsmusters ist bestimmt durch Rezipientenvariablen, wie bspw. die Voreinstellung der Rezipienten, deren Motivation und kognitive Verarbeitungsfähigkeit usw. Ein Evidenzdarstellungsmuster kann also dann als formal-abstrakter Evidenzframe auf die Überzeugungsurteile der Rezipienten wirken, wenn er durch die Rezipientenvariablen ein entsprechendes Wirkpotential hat. Es handelt sich entsprechend um ein oszillatorisches Wechselspiel zwischen Rezipientenvariablen und Evidenzdarstellungsmuster, welches dazu führen kann, dass der präsentierte Evidenzframe framekonform auf die Überzeugungsurteile der Rezipienten wirkt.

Im folgenden Kapitel werden die Forschungsfragen und Hypothesen für die Darstellung von Evidenz und Wirkung der Evidenzframes aufgeführt.