



Sabrina Heike Kessler

Das ist doch evident!

Eine Analyse dargestellter
Evidenzframes und deren Wirkung am
Beispiel von TV-Wissenschaftsbeiträgen



Nomos

Reihe **Medien +** Gesundheit

herausgegeben von Patrick Rössler

Editorial Board:

Eva Baumann, Heinz Bonfadelli, Claudia Lampert,
Constanze Rossmann, Peter Schulz

Band 12

Sabrina Heike Kessler

Das ist doch evident!

Eine Analyse dargestellter
Evidenzframes und deren Wirkung am
Beispiel von TV-Wissenschaftsbeiträgen



Nomos

Redaktion der Reihe **Medien +** Gesundheit:

Prof. Dr. Patrick Rössler
Universität Erfurt
Kommunikationswissenschaft/Empirische Kommunikationsforschung
Nordhäuser Str. 63
99089 Erfurt
Tel.: 0361/ 737-4181
E-mail: patrick.roessler@uni-erfurt.de

Gedruckt mit Unterstützung der Ludwig Sievers Stiftung und der DFG
Deutsche Forschungsgemeinschaft.

© Titelbild: 123rf.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-3181-7 (Print)

ISBN 978-3-8452-7546-8 (ePDF)

1. Auflage 2016

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2016. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte,
auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der
Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Danksagung

Dieses Buch stellt die leicht überarbeitete Fassung meiner Dissertation dar. Herzlich möchte ich mich als erstes bei Prof. Dr. Georg Ruhrmann und Prof. Dr. Hans Peter Peters für die Betreuung und Begutachtung meiner Dissertation bedanken.

Folgenden Personen bin ich in ganz besonderer Weise dankbar:

- Prof. Dr. Georg Ruhrmann: Vielen Dank für die Chance mich in der Wissenschaft verwirklichen und forschen zu dürfen. Ich denke, kein anderer Beruf würde mich mehr ausfüllen als der in der wissenschaftlichen Forschung und Lehre. Ich sehe das als großes Geschenk. Ich möchte mich auch für den Freiraum während meiner Promotionsphase bedanken, um die eigene Forschung voranzutreiben und eigene Projekte zu entwickeln und zu verwirklichen. Auch für Ihre stetig ansteckende Begeisterung für das Fach und die sehr guten Arbeitsbedingungen am Institut bin ich Ihnen sehr dankbar.
- Meine Familie: Der größte Dank gilt meiner Mama Heike Karin Kessler und dann natürlich auch dem ganzen großen Rest der Familie, der immer für mich da ist: mein Bruder Tim, Fred, meine Großeltern und meine Tante mit Familie als auch Robert mit Familie.
- Dr. Lars Guenther: Ein Kollege und bester Freund, der immer für eine fachliche Diskussion, für ein neues Projekt oder für eine neue Publikation zur Stelle war; vielen Dank Lars für das stetige Diskutieren, Gelesen, Literaturaustauschen, für Deine immer ehrliche und kritische Meinung und dafür, immer gerne zur Arbeit zu kommen.
- Danke Susanne, Stephan, Chrizz, Maria und Anne fürs Beistehen.

Und nicht vergessen, ich danke auch Dr. Ines Engelmann und Dr. Arne Freya Zillich für den wissenschaftlichen Austausch und das kritische Gelesen meiner Dissertation.

Bedanken möchte ich mich nicht zuletzt bei der Ludwig Sievers Stiftung (Stiftung zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung über Wesen und Bedeutung der freien Berufe), die den Druck dieses Buches großzügig unterstützt hat!

Inhalt

1. Einleitung und Aufbau des Buches	14
2. Theoretischer Rahmen und konzeptionelle Vorüberlegungen .	22
2.1 Dargestellte Evidenz	22
2.2 Wirkung von dargestellter Evidenz.....	25
3. Evidenz	28
3.1 Wissenschaftliche und medizinische Evidenz.....	30
3.1.1 Definitionen und Evidenzquellen	30
3.1.2 Evidenztheorie von Dempster & Shafer.....	38
3.2 Dargestellte Evidenz in TV-Wissenschaftsbeiträgen	41
3.2.1 Externe Evidenz.....	42
3.2.1.1 <i>Expertenmeinungen</i>	44
3.2.1.2 <i>Fallbeispiele</i>	50
3.2.1.3 <i>Studien und Reviews</i>	51
3.2.1.4 <i>Off-Sprecher</i>	55
3.2.2 Interne Evidenz.....	57
3.2.2.1 <i>Argumentationsweisen</i>	58
3.2.2.2 <i>Evidenzstiftendes Bildmaterial</i>	65
3.3 Zusammenfassung I	72
4. Wirkung dargestellter Evidenz(muster)	75
4.1 Einstellungen und Überzeugungen.....	76
4.1.1 Definitionen	77
4.1.2 Prozessmodelle zur Bildung und Änderung.....	82
4.1.2.1 <i>Elaboration-Likelihood Modell</i>	84
4.1.2.2 <i>Heuristisch-Systematische Modell</i>	86
4.1.2.3 <i>Unimodell</i>	89
4.1.3 Individuelle Einflussvariablen	95
4.2 Wirkung von Evidenztypen	101
4.2.1 Fallbeispieleffekt.....	103

4.3 Framing – Die Wirkung von Darstellungsmustern.....	112
4.3.1 Definitionen und Forschungsperspektiven.....	112
4.3.2 Inhaltliche und formal-abstrakte Framingstudien.....	115
4.3.3 Framingeffekt-Prozess	120
4.4 Zusammenfassung II.....	126
5. Forschungsleitende Annahmen & theoretische Modellierung	130
5.1 Dargestellte Evidenz	130
5.2 Wirkung von dargestellter Evidenz.....	133
6. Forschungsfragen und Hypothesen	139
6.1 Dargestellte Evidenz	139
6.2 Wirkung von Evidenzframes	141
7. Untersuchungsanlage und Methoden	145
7.1 Gesamtanlage der Untersuchung	145
7.2 Inhaltsanalyse.....	148
7.2.1 Stichprobenziehung	148
7.2.2 Codebuch: Operationalisierung der dargestellten Evidenz ..	150
7.2.3 Auswertungsstrategie.....	161
7.2.3.1 <i>Indexbildung</i>	161
7.2.3.2 <i>Anwendung der Dempster & Shafer Evidenztheorie</i>	166
7.2.3.3 <i>Frame-Identifizierung durch Clusteranalyse</i>	173
7.2.4 Reliabilität und Validität.....	176
7.3 Rezeptionsexperiment.....	187
7.3.1 Stichprobenziehung und Stimuliauswahl	187
7.3.2 Fragebogen: Operationalisierung relevanter Konstrukte.....	193
7.3.2.1 <i>Überzeugungsurteile</i>	193
7.3.2.2 <i>Glaubwürdigkeit</i>	196
7.3.2.3 <i>Informationsverarbeitung</i>	200
7.3.2.4 <i>Dritt- bzw. Einflussvariablen</i>	203
7.3.3 Reliabilität und Validität.....	204

8. Ergebnisse	212
8.1 Inhaltsanalyse.....	212
8.1.1 Stichprobenbeschreibung	212
8.1.2 Dargestellte Evidenz.....	214
8.1.2.1 Dargestellte Evidenz in TV-Wissenschaftsbeiträgen.....	214
8.1.2.2 Evidenzquellenarten und ihre Evidenzdarstellung.....	220
8.1.3 Evidenzdarstellungsmuster bzw. Evidenzframes	224
8.2 Rezeptionsexperiment.....	228
8.2.1 Stichprobenbeschreibung	228
8.2.2 Wirkung der Evidenzframes auf Rezipienten.....	229
8.2.2.1 Überzeugungen.....	230
8.2.2.2 Verhalten und Emotionen.....	238
8.2.2.3 Glaubwürdigkeitszuschreibung.....	239
8.2.2.4 Informationsverarbeitung.....	240
8.2.3 Vorherige Überzeugungen und Framingeffekt	242
9. Diskussion der Ergebnisse und Ertrag.....	250
9.1 Dargestellte Evidenz	251
9.1.1 Evidenzquellen	251
9.1.2 Argumentations- und Darstellungsweise.....	253
9.1.3 Evidenzmaße	255
9.1.4 Evidenzquellenarten und ihre Evidenzdarstellung.....	256
9.1.5 Muster dargestellter Evidenz.....	259
9.2 Wirkung der Evidenzframes	264
9.2.1 Framingeffekte.....	265
9.2.2 Einfluss der Rezipientenvariablen.....	270
9.2.3 Auswirkung der vorherigen Überzeugungen.....	272
9.3 Ertrag für die (Kommunikations-)Wissenschaft.....	274
9.3.1 Methodenentwicklung.....	275
9.3.2 Theorieentwicklung	276
9.4 Limitationen und zukünftige Forschung.....	280
9.4.1 Erfassung von Evidenzframes	280
9.4.2 Untersuchung der Wirkung von Evidenzframes	282

9.5 Quintessenz für (Kommunikations-)Wissenschaftler, für Wissenschaftsjournalisten und -kommunikatoren sowie für Rezipienten von Wissenschaftsbeiträgen	284
Literatur	289

Online-Anhang auf www.nomos-shop.de/27543

I Codebuch der Inhaltsanalyse

II Vorher-Fragebogenversion des Rezeptionsexperiments

III Nachher-Fragebogenversion des Rezeptionsexperiments

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Komponenten der dargestellten Evidenz und Dimensionen.	25
Tabelle 2: Evidenzlevel Scottish Intercollegiate Guidelines Network	34
Tabelle 3: Klassifizierung formal-abstrakter Framingstudien	118
Tabelle 4: Untersuchungsdesign des Rezeptionsexperiments	148
Tabelle 5: Überblick über die Variablenzuordnung	155
Tabelle 6: Operationalisierte Komponenten, ihre Dimensionen und Indikatoren des Konstrukts dargestellte Evidenz	163
Tabelle 7: Intercoderreliabilitätswerte getrennt nach Variablen.....	179
Tabelle 8: BIC- und AIC-Kennzahlen der Clusterbildung.....	186
Tabelle 9: F - und t -Werte für die clusterbildenden Variablen	186
Tabelle 10: Evidenzmuster der ausgewählten Stimulusbeiträge.....	191
Tabelle 11: Ergebnisse des Pretests der Stimuliauswahl.....	192
Tabelle 12: Zugeschriebene Emotionalität zu den Beiträgen	192
Tabelle 13: Überzeugungsurteile (t_2) von KG1 und EG3	210
Tabelle 14: Überzeugungsurteile (t_2) von KG2 und EG3	211
Tabelle 15: Variablen der Evidenzdarstellung mit relevantem Zusammenhang mit der Evidenzquellenart	222
Tabelle 16: Interne Evidenz getrennt nach Evidenzquellenart	223
Tabelle 17: Evidenzmaße der drei Frames.....	227
Tabelle 18: Vorhandene Voreinstellung (t_1) der Rezipienten getrennt nach präsentiertem Frame.....	229
Tabelle 19: Varianzanalyse und χ^2 -Test: Überzeugungsurteile (t_2) und präsentierter Frame	230
Tabelle 20: Überzeugungsurteile (t_2) nach präsentiertem Frame.....	232
Tabelle 21: Überzeugungsurteile (t_1 und t_2) der Rezipienten mit Voreinstellung getrennt nach präsentiertem Frame.....	235

Tabelle 22: Überzeugungsurteile (t2) der Rezipienten ohne Voreinstellung getrennt nach präsentiertem Frame.....	235
Tabelle 23: Emotion (t1 und t2) und Verhalten (t1)/Verhaltensabsicht (t2) getrennt nach präsentiertem Frame.....	238
Tabelle 24: Überzeugungsurteile (t1 und t2) getrennt nach präsentiertem Frame und Voreinstellungsübereinstimmung.....	243
Tabelle 25: Regressionsanalysen zum Einfluss der Voreinstellungs- übereinstimmung auf die Überzeugungsurteile (t2).....	244
Tabelle 26: Zusammenhänge der Überzeugungsurteile (t1)	245
Tabelle 27: Zusammenhänge der Überzeugungsurteile (t2)	245
Tabelle 28: Zusammenhänge der Überzeugungsurteile (t1) mit den Überzeugungsurteilen (t2).....	248
Tabelle 29: Regressionsanalysen zum Einfluss von Framezuordnung und Überzeugungsurteile (t1) auf Überzeugungsurteile (t2).....	249

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zusammenhänge der Evidenzmaße.	41
Abbildung 2: Zweiprozess-Informationsverarbeitungsmodell.....	89
Abbildung 3: Uniprozess-Informationsverarbeitungsmodell.	94
Abbildung 4: Evidenzdarstellungsbeispiel eines TV- Wissenschaftsbeitrags.....	131
Abbildung 5: Dargestellte Evidenzen kombiniert mittels der ETDS....	132
Abbildung 6: Postulierter Framing-Wirkprozess.	137
Abbildung 7: Evidenzmaße des Beispielbeitrags.	172
Abbildung 8: Stichprobenverteilung auf TV-Wissenschaftsmagazine. .	213
Abbildung 9: Verwendete Evidenzquellen ($n = 851$).....	215
Abbildung 10: Konstruierter Beitrag mit durchschnittlichen Evidenzmaßen.....	220
Abbildung 11: Evidenzmaß-Muster der Frames.....	228
Abbildung 12: Überzeugungsurteile (t_2) und Evidenzmuster der präsentierten Frames.....	233
Abbildung 13: Überzeugungsurteile (t_2) getrennt nach Voreinstellung und Evidenzmuster der Frames.	236