

ternalen Ursachen (vgl. eingangs das Zitat von BRADLEY) – was einer Ablehnung der eigenen Verantwortung gleichkommt – erklärt zu werden, sondern bleiben gelegentlich auch ohne Erklärung – was implizit auch eine Ablehnung der eigenen Verantwortung beinhaltet.

Auch im Alltag lassen sich Beispiele für solche Taktiken finden, die gelegentlich dem Abwehrmechanismus der Verdrängung ähneln. So antwortete Helmut Schön bei der Fußballweltmeisterschaft in Argentinien auf die Frage, warum die deutsche Mannschaft in ihren Spielen so enttäuschte, er könne es sich auch nicht erklären.

Neben diesem Ergebnis – «Unerklärbarkeit» des Mißerfolgs –, das sich in beiden Studien findet, zeigt sich darüber hinaus ein für jede Studie jeweils spezifischer Effekt. In Studie 1 ließ sich feststellen, daß die Bedeutsamkeit der Aufgabebene modifizierende Wirkung auf die Attributionsstrategie der Vpn hat, und in Studie 2 trat eine deutliche Bevorzugung internaler Ursachen nach Erfolg zutage.

Insgesamt läßt sich aus den beiden Studien das Fazit ziehen, daß defensive Attribution nicht nur externe Attribution bedeutet, sondern sich auch darin äußert, daß Ursachen für Mißerfolg überhaupt geleugnet werden, der Mißerfolg also «unerkklärlich» bleibt.

Literatur

- ALLMER, H. 1975. Kausalattribution von sportlichem Erfolg und Mißerfolg. In: Alderson, G.J.K., & Tyldesley, D.A. (eds.): British Proceedings of Sports Psychology: FEPSAC Congress in Edinburgh, 1–27.
- BIERHOFF-ALFERMANN, D. 1977. Psychologie der Geschlechtsunterschiede. Köln: K & W.
- BRADLEY, G.W. 1978. Self-serving biases in the attribution process: A reexamination of the fact or fiction question. *Journal of Personality and Social Psychology* 36, 56–71.
- DEAUX, K. 1976. Sex: A perspective on the attribution process. In: Harvey, J.H., Ickes, W.J., & Kidd, R.F. (eds.): New directions in attribution research. Vol. 1. Hillsdale: LEA, 335–352.

- FRIEZE, I.H., MCHUGH, M.C. & DUQUIN, M. 1976. Causal attributions for women and men and sports participation. Paper presented at the Annual Meeting of the American Psychological Association, Washington, D.C.
- GREENHOUSE, S.W. & GEISSER, S. 1959. On methods in the analysis of profile data. *Psychometrika* 24, 95–112.
- HAYS, W.L. 1969. *Statistics*. London: Holt International Edition.
- HECKHAUSEN, H. 1974. Motive und ihre Entstehung. In: Funkkolleg Pädagogische Psychologie. Bd. 1. Frankfurt: Fischer, 133–171.
- HORN, W. 1962. Leistungsprüfsystem (L-P-S). Handanweisung. Göttingen: Hogrefe.
- ISO-AHOLA, S. 1977. Immediate attributional effects of success and failure in the field: Testing some laboratory hypotheses. *European Journal of Social Psychology* 7, 275–296 (a).
- ISO-AHOLA, S. 1977. Effects of team outcome on children's self-perception: Little League baseball. *Scandinavian Journal of Psychology* 18, 38–42 (b).
- KEPPEL, G. 1973. *Design and analysis: A researcher's handbook*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- MCHUGH, M.C., DUQUIN, M.E. & FRIEZE, I.H. 1976. Beliefs about success and failure: Attribution and the female athlete. In: Oglesby, C.A. (ed.): *Women and sport: From myth to reality*. Philadelphia: Lea & Febiger.
- MILLER, D.T. & ROSS, M. 1975. Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction? *Psychological Bulletin* 82, 213–225.
- NICHOLLS, J.G. 1976. Effort is virtuous, but it's better to have ability: Evaluative responses to perceptions of effort and ability. *Journal of Research in Personality* 10, 306–315.
- SHAVER, K.G. 1970. Defensive attribution: Effects of severity and relevance on the responsibility assigned for an accident. *Journal of Personality and Social Psychology* 14, 101–113.
- STEVENS, L. & JONES, E.E. 1976. Defensive Attribution and the Kelley Cube. *Journal of Personality and Social Psychology* 34, 809–820.
- WEINER, B., FRIEZE, I., KUKLA, A., REED, L., REST, S. & ROSENBAUM, R.M. 1972. Perceiving the causes of success and failure. In: Jones, E.E., Kanouse, D.E., Kelley, H.H., Nisbett, R.E., Valins, S. & Weiner, B. (eds.): *Attribution: Perceiving the causes of behavior*. Morristown, N.J.: General Learning Press, 95–120.
- WILSON, R.S. 1975. Analysis of developmental data: Comparison among alternative methods. *Developmental Psychology* 11, 676–680.
- WINER, B.J. 1971. *Statistical principles in experimental design*. 2nd Edition. New York: McGraw-Hill.
- WOODWARD, J.A. & OVERALL, J.E. 1975. Multivariate analysis of variance by multiple regression methods. *Psychological Bulletin* 82, 21–32.



Differentielle Medienwirkungen bei der Beobachtung einer Politikerdiskussion – akustische vs. audiovisuelle Bedingung

WOLFGANG WAGNER & HERMANN BRANDSTÄTTER

Universität Linz

Vpn, die eine Diskussion von Politikern entweder im Radio oder im Fernsehen hörten bzw. sahen, beurteilten die Diskutanten bzw. deren Argumente auf einigen Dimensionen. Nur die Sympathieurteile und nicht die Zustimmung zu, bzw. die Bewertung der Argumente waren bei Fernsehdarbietung stärker polarisiert als unter der Bedingung «Radio». Dabei war das Sympathieurteil nur unter der Fernsehbedingung eng mit den Argumentbewertungs- und -Zustimmungsurteilen linear verknüpft.

Ss watched respectively listened to a discussion of politicians transmitted by TV and radio and judged the persons and their arguments repeatedly. Only liking of the politicians, not the evaluation of and agreement with their arguments was more polarized by TV than by radio. Liking was closely related to judging the quality of and agreement with the arguments only in TV.

Hält man sich das allgemeine Modell des Kommunikationsprozesses, «Sender-Nachricht-Kanal-Empfänger», vor Augen, so fällt beim Studium der einschlägigen Literatur zur Massenkommunikation auf, daß nicht alle Elemente dieses Modells gleiche Beachtung erfahren. Während zum Beispiel im Überblick von LIEBERT & SCHWARTZBERG (1977) die Inhaltsvariablen und deren Effekte extensiv behandelt werden, findet sich kein Hinweis auf die Wirkung unterschiedlicher Medien bei Übertragung derselben Information, obwohl u.E. gerade die medienierenden Kanalvariablen experimentell besonders gut zugänglich zu sein scheinen. Diese geringe Beachtung erstaunt auch dann, wenn man sich der radikalen Feststellung von McLuhan (1967), «The medium is the message», nicht anschließen will. Abgesehen von McLuhans Darstellung der Wirkungen von technologischer Medienentwicklung auf Sozialstruktur und Kulturprozeß, spricht seine Unterscheidung von «heißen» und «kalten» Medien (1967, p.31ff.) direkt den differentiellen Einfluß verschiedener Kanalvariablen auf die kognitiven Freiheitsgrade des Rezipienten, sowie dessen Partizipationschancen am Kommunikationsprozeß an. Es ist also evident, daß unterschiedliche Sinnesbereiche und synchron damit unterschiedliche kognitive Prozeßvariablen durch verschiedene Medien angesprochen werden (vgl. dazu auch BERGLER & SIX, 1979; MALETZKE, 1972). Gleich-

zeitig allerdings darf man die Warnung FISCHERS (1974) nicht aus den Augen verlieren, wenn er meint, daß Untersuchungen der differentiellen Medienwirkung eigentlich immer nur Aussagen über die Interaktion zwischen Nachrichteninhalt und spezifischen Medieneigenschaften sein können. Dies muß ohne Zweifel als schwerwiegender Einwand gegenüber Generalaussagen über Medienwirkungen stehen bleiben.

Problemstellung

Seit längerem wird vermutet, daß Überzeugungsversuche zur Einstellungsänderung unter verschiedenen medialen Bedingungen verschieden erfolgreich sind. Rein mündlich-akustische Darbietung von Argumenten ist demnach erfolgreicher als Konfrontation mit schriftlich fixierter Information; d.h. sie führt mit größerer Wahrscheinlichkeit zur Einstellungsänderung (vgl. McGUIRE, 1969). Gleichmaßen zeigen die einschlägigen Ergebnisse der Kommunikationsforschung (nach KLAPPER, 1960) folgende Rangreihe in der Überzeugungswirksamkeit verschiedener Medien bei äquivalenter Nachricht auf: Am wirksamsten ist demnach unmittelbarer Gesichtskontakt, darauf folgt akustische Präsentation über das Radio und am wenigsten wirksam ist der Überzeugungsversuch über Druckwerke. SHORT

(1974) differenzierte in Experimenten zur Verhandlungsführung zusätzlich zwischen Personen, die ihre eigene Meinung gegenüber dem Verhandlungspartner zu vertreten hatten und solchen, die zur Sache, die sie zu vertreten hatten, indifferent (weder pro noch kontra) eingestellt waren. Die erstgenannten, einstellungskonsonanten Sprecher zeigten signifikant höheren Verhandlungserfolg bei Gesichtskontakt im Vergleich zu den indifferenten Sprechern, die sich jedoch bei rein akustischem Kontakt als erfolgreicher herausstellten.

Auch die Experimente von CROFT et al. (1969, zit. nach WILLIAMS, 1977) bestätigen die höhere Effektivität von Gesichtskontakt gegenüber audiovisueller Kommunikation in Überzeugungssituationen bei Einweg-Kommunikation. In Zweiwegkontakten stellte sich das genaue Gegenteil als signifikant heraus. Zur Erklärung solcher Befunde schlugen SHORT et al. (1976) die «distraction» oder Ablenkungshypothese vor: «Visual cues presented in a face-to-face situation distract the participants from the formulation of their own arguments and from the understanding of the other's arguments» (WILLIAMS, 1977, p. 973).

Die oben zitierten Arbeiten beschäftigen sich jeweils mit dem Medieneinfluß auf Einstellungsänderungen. Es ist jedoch einsichtig und wird in einer Felduntersuchung von POOL (1959, zit. in WEISS, 1969, p. 175) bestätigt, daß zum Beispiel politische Parteipräferenzen derart fest in fundamentalen persönlichen Lebenshaltungen verankert sind, daß durch eine kurze Mediendiskussion kaum eine Veränderung der Präferenzhaltungen zu erwarten ist. Vielmehr werden durch die Rezeption politischer Medienveranstaltungen bereits bestehende Einstellungen bestätigt und letztlich medienspezifisch verstärkt bzw. polarisiert.

Genau diesen Effekt untersuchte BRANDSTÄTTER (1975) in einem Experiment anlässlich einer Politikerdiskussion in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei wurden drei Versuchsgruppen denselben Argumenten einer Wahlkampfdiskussion in verschiedenen Medien, Fernsehen, Radio und Zeitung, ausgesetzt. Diese drei Medien unterscheiden sich in der Menge an visuellen und akustischen, hauptsächlich analogen Informationen (vgl. WATZLAWICK et al., 1969, p. 61 ff.), die den Beobachtern zusätzlich zur digitalen Information zur Verfügung stehen. Dabei bestätigt sich die Hypothese, daß die Rezeption einer Diskus-

sion in einem informations-reicheren Medium (Fernsehen und Radio) relativ stärkere intraindividuelle Polarisierung der Beurteilungen von Argumenten des politischen Freundes vs. Gegners hervorruft, als in einem reiz-ärmeren Medium (schriftliche Darbietung). Radio und Fernsehen konnten in diesem Experiment nicht signifikant voneinander unterschieden werden.

BRANDSTÄTTER (1975) erklärt die beobachtete Polarisierung der Argumentbewertungen durch die größere wahrgenommene Nähe der Diskutanten in informationsreicheren Medien. Die größere Nähe verstärkt bereits vorhandene Sympathien und Antipathien, die entsprechend der Theorie der kognitiven Konsistenz die Beurteilungen der Argumente gleichsinnig beeinflussen. Allerdings kann nicht nur die Konsistenztheorie für den beobachteten Effekt eine Erklärung bieten. Einen vergleichbaren Effekt fordert die Theorie der medienspezifischen kortikalen Aktivierung: Das reiz-reichere audiovisuelle Medium würde demnach vor allem ein höheres Erregungsniveau bei den Zuschauern zur Folge haben, als ein rein akustisches oder gar schriftliches Medium. Nach SCHÖNPFUG (1966) hat höhere Aktivierung extremeres Urteilsverhalten zur Folge. Diese Hypothese, von ihm mit der Einschätzung der Zeitdauer eines Summtones getestet und bestätigt, beansprucht Geltung für die abstufende Beurteilung beliebiger Intensitäten. Ob sie auch auf die Bewertung semantischer Systeme, wie sie Diskussionsargumente darstellen, übertragen werden kann, bedarf freilich noch der experimentellen Überprüfung mit einem Versuchsplan, der eine Entscheidung zwischen der konsistenztheoretischen und der aktivierungstheoretischen Erklärung ermöglicht.

Noch eine Frage ist von Interesse: WILLIAMS (1977) zitiert Befunde die darauf hinweisen, daß reichhaltigere Medien nicht nur eine überzeugendere Darbietung von Argumenten erlauben. Gleichzeitig fällt auch die generelle Sympathiebeurteilung von Personen, die man über derartige Medien kennenlernte, höher aus als bei Kontakten über «kargere» Medien. Dies erinnert an Befunde der Attraktionsforschung (SAEGERT et al., 1973), nach denen allein vermehrter Kontakt und die damit verbundene Bekanntheit zu einer durchschnittlichen Erhöhung der Sympathie führt. Bei Audiovision sind die Personen erlebnismäßig eindringlicher und näher präsent, als wenn man ihre

Äußerungen nur hört oder schriftlich verfolgt. Eine andere Erklärung wäre, daß eine soziale Norm, über Anwesende nichts Negatives zu sagen, abgeschwächt selbst dann noch wirksam ist, wenn der andere nur auf dem Bildschirm präsent ist.

Die vorliegende Untersuchung sollte das Experiment von BRANDSTÄTTER (1975) hinsichtlich des Vergleichs von Radio und Fernsehen replizieren; der Unterschied zwischen diesen beiden Medien wies dort zwar in die vorhergesagte Richtung, war jedoch nicht statistisch signifikant, so daß eine erneute Prüfung angebracht schien. Des weiteren sollte die Untersuchung näher an eine Entscheidung zwischen den beiden genannten konkurrierenden Theorien herantreten. Dazu bot sich in der Vorwahlzeit Frühjahr 1979 in Österreich die Diskussion zwischen Bundeskanzler Kreisky (SPÖ) und dem damaligen Bundesparteiobmann Taus (ÖVP) in Radio und Fernsehen an.

Folgende Hypothesen sollten geprüft werden:

(1) Fernsehzuschauer beurteilen ihre Vorliebe für bzw. Abneigung gegen die diskutierenden Politiker extremer als Radiohörer. Auch ihre Argumente werden von Zuschauern extremer bewertet als von Zuhörern. Das gleiche gilt für das Ausmaß, in dem sie den Argumenten zustimmen.

Diese Hypothese läßt sich gleichermaßen von der Konsistenz- wie von der Aktivierungstheorie ableiten. Bleiben wir im Rahmen der Konsistenztheorie, müssen wir voraussetzen, daß durch das Fernsehen vor allem die Wahrnehmung der Personen betont wird. Daraus folgt, daß Sympathie und Antipathie stärker erlebt werden als beim Radiohören. Unstimmigkeiten zwischen Person und Argumentbewertung werden dadurch vermieden, daß die Argumentbewertung in Richtung und Extremität der Personbewertung angeglichen wird.

Folgt man der Aktivierungstheorie, so wird man erwarten, daß sich die stärker aktivierende Wirkung des Fernsehens gleichermaßen und gleichzeitig in allen Urteilen durch größere positive und negative Abweichungen vom Indifferenzpunkt der Skala bemerkbar macht.

(2) Die medienspezifische Polarisierung der Urteile läßt sich besser durch das Aktivierungskonzept als durch das Konsistenzkonzept erklären.

Diese Hypothese wird durch den Befund von BRANDSTÄTTER (1975, p. 49) nahegelegt. Danach unterscheiden sich die Korrelationen zwischen

den beiden Variablen «Wertschätzung der Regierungspolitiker minus Wertschätzung der Oppositionspolitiker» und «Bewertung der Argumente der Regierungspolitiker minus Bewertung der Argumente der Oppositionspolitiker» nicht zwischen audiovisueller, akustischer und schriftlicher Darbietung der Diskussion. Ein solches Ergebnis ist mit der Konsistenztheorie schwer vereinbar.

(3) Zuschauer beurteilen die Politiker positiver als Zuhörer.

Begründen läßt sich diese Hypothese mit der Überlegung, daß die soziale Erfahrung uns gelehrt hat, anwesende Personen nicht zu negativ zu beurteilen, weil dies zu unliebsamen Konsequenzen führt. Im Fernsehen sind die Personen stärker «anwesend»; obwohl diese nicht real anwesend sind, verhalten sich die Zuseher in gewissem Maße so, als wären sie anwesend. Man mag hier das lerntheoretische Konzept der Reizgeneralisierung heranziehen.

(4) Zuschauer erinnern sich weniger an Diskussionsinhalte als Zuhörer.

Dies ergibt sich aus der Annahme, daß die Zuschauer durch die visuellen «Eindrücke» eher vom Inhalt des Gesagten abgelenkt werden. Oben wurde diese These als Distractionstheorie behandelt.

Verfahren

Die für das Experiment herangezogene Mediendiskussion der Politiker war eine Live-Sendung. Dieser Charakter sollte möglichst auch im Versuch erhalten bleiben; nicht zuletzt deshalb, um die Versuchspersonen von der Beeinflussung durch den Wiederhall der Diskussion in den aktuellen Nachrichten und Kommentaren fernzuhalten. Daraus folgt freilich, daß der Versuch in dieser Form nicht wiederholbar ist.

Neunundzwanzig Personen im Alter zwischen 20 und 50 Jahren, davon 15 männlich, waren der schriftlichen Einladung zum Versuch gefolgt, die an die im Telefonbuch verzeichneten Bewohner eines Stadtteils von Linz versandt worden waren. Die relativ geringe Anzahl von Vpn erklärt sich daraus, daß die Sendung und damit das Experiment an einem Freitag Abend vor einem Wochenende mit anschließendem Feiertag (1. Mai) stattfand. Manche Zusagen, am Experiment teilzu-

nehmen, wurden wegen des schönen Wetters kurzfristig zurückgezogen. Die Versuchsteilnehmer wurden zufällig auf die beiden Medienbedingungen, akustisch und audiovisuell, aufgeteilt. Vierzehn Vpn entfielen so auf die Radiogruppe und 15 Vpn auf die Fernsehbedingung. Den Vpn wurde das Experiment durch den vorgeblichen Zweck begründet, die Qualität verschiedener Diskussionsstile untersuchen zu wollen.

Vor, während und nach der Darbietung der Diskussion beurteilten die Vpn die Diskutanten und deren Argumente auf verschiedenen Dimensionen. Vor Beginn und nach dem Ende der Darbietung wurde durch Vorgabe eines Polaritätsprofils die Beliebtheit der beiden Politiker erhoben. Die Items der Profile stammen aus der Untersuchung über Persönlichkeitsbeurteilungen von COHEN (1969). Insgesamt gingen vier Items ein (Tab. 1). Die mit den Faktorladungen gewichtete Summe der entsprechenden Itemausprägungen auf der sechsstufigen Schätzskala schätzte den Beliebtheitsfaktor für den politischen Freund und Gegner.

Ferner wurde die Rangreihe der Parteipräferenzen für die vier wichtigsten österreichischen Parteien erhoben, die als Grundlage für die Klassifizierung des politischen Gegners bzw. Freundes diente. Reichte eine Vp die ÖVP an erster Stelle ihrer Parteisympathie, so galt der Politiker Taus als politischer Freund, während Kreisky als Gegner eingestuft wurde. Dieselbe Klassifizierung, nur mit umgekehrter Polung, wurde auf SPÖ-Sympathisanten angewandt. Die einzige FPÖ-Stimme konnte der SPÖ, der in diesem Fall an zweiter Stelle gereihten Partei, zugeordnet werden. Es zeigte sich, daß die Stichprobe zu zwei Dritteln aus SPÖ- und zu einem Drittel aus ÖVP-Sympathisanten bestand. Diese Zusammensetzung entspricht ziemlich genau dem Wähleranteil der Parteien in der Linzer Bevölkerung.

Dreimal beurteilten die Vpn während der Diskussion die eben vorgebrachten Argumente,

Tab. 1: Items und Gewichte der Polaritätsprofile nach COHEN (1969).

gelassen – störrisch	-.85
gelöst – verkrampft	-.55
geduldig – ungeduldig	-.73
sympathisch – unsympathisch	-.87

zweimal die Sympathie. Konkret gefragt wurde nach einem Urteil auf der fünfstufigen Dimension «ausgesprochen unsympathisch – sehr sympathisch» für die Personensympathie, bzw. «Das letzte Argument war sehr gut – sehr schlecht» bezüglich der Argumentqualität. Das Ausmaß der Zustimmung sollte auf einer vierstufigen Skala, «Dem letzten Argument kann ich überhaupt nicht zustimmen – vollkommen zustimmen» angegeben werden. Die Summe dieser Urteile für Gegner bzw. Freund über alle Erhebungszeitpunkte lieferte einen durchschnittlichen Sympathie-, Zustimmung- bzw. Argumentqualitätswert.

Um die Urteilsfindung zwischen den Argumentblöcken nicht zu stören, mußte die Darbietung der Diskussion kurz unterbrochen werden. Das war deshalb möglich, weil diese nicht tatsächlich Live, sondern etwa um eine halbe Stunde phasenverschoben von einem Videoband abgespielt wurde, auf das die Veranstaltung unmittelbar zuvor überspielt worden war.

Zu allerletzt mußten die Vpn noch einen Erinnerungstest ausfüllen, der aus einer Kennzeichnung von konkreten Themen bestand, die etwa zur Hälfte tatsächlich während der Diskussion angesprochen worden waren. Diese sollten von den Vpn wiedererkannt werden. Der Test wurde zur Kontrolle der Hypothese (4), der Distraktionswirkung, durchgeführt.

Die beiden Versuchsbedingungen, akustische vs. audiovisuelle Darbietung der Diskussion, wurden einerseits durch Lautsprecherübertragung (akustisch) bzw. andererseits durch einen Fernsehmonitor (audiovisuell) in getrennten Räumen realisiert. Um einer etwaigen Frustration der Radiohörer vorzubeugen, wurde ihnen zu Beginn des Versuchs in Aussicht gestellt, im Anschluß die Diskussion im Fernsehen beobachten zu können, wenn sie dies wünschten.

Ergebnisse

Die Hauptfragestellung dieser Untersuchung nach der in den beiden Medien Radio und Fernsehen unterschiedlichen Polarisierung sowohl der Personensympathie, der Argumentzustimmung, sowie der Argumentbewertung, kann anhand mehrerer Maße untersucht werden. Sympathie- und Argumentbewertungsurteile wurden auf vergleichbaren Skalen erhoben, so daß auf diese bei-

den Dimensionen folgende Maße Anwendung finden können:

(1) Die einfache Differenz zwischen den entsprechenden Urteilen für den politischen Freund und Gegner. Hier muß sich die Polarisierung in einem varianzanalytischen Haupteffekt des Mediums ausdrücken.

(2) Wenn die Beurteilungen des Freundes allgemein oberhalb, die des Gegners unterhalb des Indifferenzpunktes der Skala liegen, eignet sich das oben genannte Maß auch zur Überprüfung der Aktivierungshypothese; denn diese bezieht sich, genau genommen, auf die Summe der absoluten Abweichungen der Beurteilungen des Freundes und Gegners vom Indifferenzpunkt: Wenn der Gegner zum Teil positiv und der Freund zum Teil negativ beurteilt wird, ist die Summe der absoluten Abweichungen der Urteile vom Indifferenzpunkt nicht mehr äquivalent der Differenz zwischen Freund- und Gegnerbeurteilung. Gemäß der Aktivierungstheorie muß die absolute Abweichung der Urteile vom Indifferenzpunkt der Skala im Fernsehen durchschnittlich sowohl für den politischen Freund als auch für den Gegner größer sein als im akustischen Medium Radio.

Dabei wird allerdings vorausgesetzt, daß die

Tab. 2: Varianzen (Hauptdiagonale), Kovarianzen (obere Dreiecksmatrix) und Korrelationen (untere Dreiecksmatrix) der drei abhängigen Variablen, zusammengefaßt über die Medienbedingungen. a) ohne Berücksichtigung der Kovariatenwirkung, b) unter Abzug der Kovariatenwirkung. (S ... Differenz der Freund-/Gegner-Sympathieurteile, Z ... Differenz der Fr./Gegn.-Argumentzustimmung, B ... Differenz der Fr./Gegn.-Argumentbewertung).

a)				b)			
	S	Z	B		S	Z	B
S	2.56	.59	.80	S	1.58	.12	.24
Z	.46	.63	.65	Z	.15	.40	.38
B	.45	.74	1.21	B	.20	.64	.88

Tab. 3: Mittelwerte und Standardabweichungen der Differenzen zwischen den Freund- und Gegnerbeurteilungen auf den Dimensionen: A ... Anfangsbiliebtheit, S ... Sympathie, Z ... Argumentzustimmung, B ... Argumentbewertung. (In Klammer sind die vom Kovariaten effekt (A) bereinigten Werte angegeben.)

		A	S	Z	B
Radio	M	8.14	1.78 (1.32)	1.78 (1.56)	2.05 (1.78)
	s	3.63	1.57 (1.31)	.50 (.46)	.91 (.84)
Fernsehen	M	4.33	1.80 (2.23)	1.20 (1.40)	1.51 (1.76)
	s	5.56	1.63 (1.20)	.99 (.73)	1.25 (1.02)

Vpn den Skalenmittelpunkt tatsächlich als Indifferenzpunkt auffassen und bei ihren Beurteilungen nicht der Gepflogenheit des «Schönfärbens» folgen; dann läge nämlich der eigentliche Indifferenzpunkt über dem Skalenmittel, für jede Vp möglicherweise je nach ihrer Beschönigungstendenz verschieden hoch. Die Auswirkung der Aktivierung auf das Urteil ließe sich unter diesen Umständen nicht mehr sinnvoll prüfen.

Bezüglich der Dimension «Zustimmung zu den Argumenten» konnte aus skalentechnischen Gründen nur das unter Punkt (1) genannte Differenzmaß verwendet werden. Die zugrundeliegende Skala wies aufgrund der verbalen Verankerung der Pole – «dem letzten Argument kann ich überhaupt nicht zustimmen» bzw. «... vollkommen zustimmen» – keinen eigentlichen Indifferenzpunkt auf. Das wäre nur der Fall gewesen, wenn die negative Verankerung z. B. «das letzte Argument lehne ich vollkommen ab» gelaute hätte.

Wie bereits im vorhergehenden Kapitel angeführt, war vor der Diskussionsdarbietung die Beliebtheit beider Diskutanten anhand eines Polaritätsprofils erhoben worden. Dieses Beliebtheitsmaß stellt die einzige Information dar, die die Beurteilung der Diskutanten unabhängig von den medialen und Diskussionseinflüssen quantifiziert. Diese Variable wurde daher als Kovariate zur Reduktion der Fehlervarianz in der Varianzanalyse verwendet.

Die Tabelle 2 zeigt die über die Bedingungen Fernsehen und Radio zusammengefaßten Varianzen, Kovarianzen und Korrelationen, einmal ohne Berücksichtigung der Kovariatenwirkung, das andere mal unter Abzug der Kovariatenwirkung. Es zeigt sich eine deutliche Abnahme der Interkorrelationen der drei abhängigen Variablen, gemessen als Differenz zwischen Freund- und Gegnerbeurteilungen, also gemäß Punkt (1) oben. Deshalb erschien es zweckmäßig, statt einer multivariaten Kovarianzanalyse, das heißt der gleichzeiti-

gen Berücksichtigung aller drei abhängigen Variablen, eine Kovarianzanalyse getrennt für jede der Abhängigen zu rechnen.

Die Tabelle 3 stellt die Mittelwerte der Differenzen zwischen den Freund- und Gegnerbeurteilungen auf den drei Dimensionen: Sympathie, Argumentzustimmung und Argumentbewertung, dar. Zusätzlich wird noch die Differenz der Anfangs-Beliebtheit, erhoben vor Beginn des Experiments, wiedergegeben. Der nicht unbeträchtliche Unterschied zwischen den beiden Medienbedingungen, gemessen auf dieser Dimension, indiziert die Notwendigkeit, eine Kovarianzanalyse durchzuführen, um diesen Effekt der Stichprobenungleichheit zu kompensieren.

Tab. 4: Kovarianzanalyse der Differenzen zwischen Freund- und Gegnersympathieurteilen. (Kovariate: Differenz der Anfangs-Beliebtheit von politischem Freund und Gegner.)

	QS	df	MQS	F
Kovariate	21.99	1	21.99	13.52 ss.
Medien	4.98	1	4.98	3.06 (.09)
Rest	42.30	26	1.63	
Total	69.26	28		

Die Kovarianzanalyse der drei in Tabelle 3 angeführten Mittelwerte erbrachte nur auf der Dimension der Personensympathiebeurteilung einen signifikanten Effekt. Tabelle 4 stellt die Tafel der Varianzanalyse dar. Der F-Wert von $F = 3.06$ ist zwar nur auf dem $p = .09$ Niveau tendenziell signifikant. Da jedoch die formulierten Hypothesen einseitige Aussagen darstellen, läßt sich aufgrund der Beziehung

$$\sqrt{F} = t = 1.75 \geq 1.70 = t_{df=26, p=.05}$$

Signifikanz auf dem $p = .05$ Niveau nachweisen.

Die absoluten Abweichungen der laufenden Diskutantensympathie- und Argumentbewertungsurteile vom Indifferenzpunkt der Schätzskala zeigen folgende Mittelwerte (Tabelle 5). Um den Kovariaten effekt auszuschalten konnte in diesem Fall keine einfache Kovarianzanalyse berechnet werden, da die Absolutabweichungen nicht durch eine lineare Funktion der Kovariaten darstellbar sind. Deshalb wurden die entsprechenden Urwerte zuerst vom Kovariaten effekt befreit und anschließend ein einfacher Signifikanztest durchgeführt.

Tab. 5: Mittlere absolute Abweichungen der Personensympathie- (a) und Argumentbewertungsurteile (b) vom Skalenindifferenzpunkt, sowie Summe der Freund-/Gegnerbeurteilungen in den beiden Medien. Die Summe der Absolutabweichungen von Freund und Gegner ging in den Signifikanztest ein. (In Klammer die Mittelwerte und Standardabweichungen der vom Kovariaten effekt befreiten Urwerte.)

		Freund	Gegner	Summe
a) Radio	\bar{M}	1.14 (.107)	.86 (.61)	2.00 (1.68)
	s	.72 (.65)	.70 (.47)	1.24 (.75)
	\bar{M}	1.33 (1.34)	1.13 (.97)	2.47 (2.31)
	s	.60 (.54)	.78 (.62)	1.10 (.89)
b) Fernsehen	\bar{M}	1.58 (1.62)	.82 (.76)	2.43 (2.38)
	s	.27 (.25)	.60 (.58)	.71 (.72)
	\bar{M}	1.45 (1.51)	.73 (.60)	2.18 (2.11)
	s	.54 (.54)	.60 (.46)	.78 (.57)

Die Summe der Absolutabweichungen der Freund- und Gegnerurteile innerhalb der Medien – ein Maß, das wie bereits erwähnt, aus skalen-technischen Gründen auf die Dimension der Argumentzustimmung nicht anwendbar ist – ist zur Prüfung der Aktivierungshypothese dann besser geeignet als das Maß der Differenz zwischen Freund- und Gegnerbeurteilungen, wenn der Gegner mitunter positiv, der Freund manchmal negativ, also oberhalb bzw. unterhalb des Indifferenzpunktes der Skala, eingestuft wird. Dies kommt in unseren Daten insgesamt siebenmal, d. h. in 24% der Fälle vor.

Der t-Test für die Summe der Absolutabweichungen vom Skalenindifferenzpunkt der Dimension Personensympathie indiziert einen signifikanten Mittelwertsunterschied:

$$\begin{aligned} \bar{M}_{\text{Radio}} &= 1.68 \quad s = .75 \quad \bar{s}^2 = .68 \quad s_{\text{Diff}} = .31 \\ \bar{M}_{\text{TV}} &= 2.31 \quad s = .89 \quad t = 2.03 \end{aligned}$$

Die Absolutabweichungen vom Indifferenzpunkt auf der Dimension Argumentbewertungen hingegen stellen sich zwischen den Medien als nicht signifikant unterschiedlich heraus. Im audiovisuellen Medium sind daher nur die absoluten Abweichungen der Personensympathieurteile vom Indifferenzpunkt der Skala größer als im akustischen.

Die von uns in Anschluß an WILLIAMS (1977) postulierte Hypothese 3 formuliert die Erwartung, daß die Beurteilung von Personen, die über ein informationsreicheres Medium wahrgenommen werden, generell positivere Beurteilungen

finden, als bei Wahrnehmung über ein reizärmeres Medium. Dieser Effekt ließ sich weder anhand der End-Beliebtheit, gemessen durch das Polartitätenprofil nach der Diskussion, noch auf der Dimension der Sympathieurteile während der Diskussion nachweisen. Als Maß diente der Mittelwert zwischen den Freund-/Gegnerurteilen auf den beiden genannten Skalen.

Die noch zur Diskussion stehende Hypothese 4 mußte verworfen werden. Die Zahl erinnelter Diskussionsthemen unterscheidet sich zwischen den Medien nicht signifikant. Demnach ist die Distractionstheorie von SHORT et al. (1976), zumindest im vorliegenden Design, nicht auf den Kommunikationsprozeß anwendbar.

Tab. 6: Korrelationen zwischen den Variablen Differenz der Anfangsbeliebtheit (A), Differenz der Verlaufssympathie (S), Differenz der Argumentzustimmung (Z) und Differenz der Argumentbewertung (B) zwischen Freund und Gegnerbeurteilungen. a) Radio, b) Fernsehen.

	S	Z	B		S	Z	B
a) Radio				b) Fernsehen			
A	.55*	.37	.39	A	.68**	.68**	.58*
S		-.11	.25	S		.76**	.60*
Z			.38	Z			.89**

*Sign. mit $p \leq .05$.

**Sign. mit $p \leq .01$.

Die schwierigste Frage betrifft das Problem, die Entscheidung zwischen den beiden möglichen erklärenden Theorien bezüglich des Polarisierungseffekts zu treffen. Zu deren Klärung ist es notwendig, sich den Beziehungen zwischen den Variablen Anfangsbeliebtheit (A), Verlaufssympathie (S), Zustimmung (Z) und Argumentbewertung (B) zuzuwenden. Auch hier werden als Variable jeweils die Differenzen zwischen den entsprechenden Beurteilungen des politischen Freundes und Gegners verwendet. Tabelle 6 stellt die korrelativen Beziehungen zwischen den interessierenden Variablen, getrennt für beide Medien, dar. Eine Prüfung auf Homogenität der beiden Varianz-Kovarianzmatrizen nach dem Kriterium von BOX (COOLEY & LOHNES, 1962, p. 62f.) ergibt mit

$$F_{4059}^{10} = 1.74$$

einen Signifikanzwert von

$$.05 \leq p \leq .10.$$

Es ist offensichtlich, daß die korrelativen Beziehungen zwischen den Variablen im Medium Fernsehen durchgehend höher sind als im Medium Radio. Dabei unterscheiden sich die Korrelationen $r_{S,Z}$, sowie $r_{Z,B}$ zwischen den Medien signifikant voneinander ($p \leq .05$).

Detaillierteren Aufschluß über die Abhängigkeitsverhältnisse der interessierenden Variablen voneinander gibt eine Pfadanalyse. In Abbildung 1 und 2 ist das Ausmaß der kausalen, besser vielleicht: funktionalen, Abhängigkeit der Variablen voneinander graphisch dargestellt. Die Berechnung eines Pfaddiagramms verlangt bekanntlich vorerst die Ordnung der Variablen in einer theoretisch vertretbaren Reihenfolge. Im vorliegenden Fall ist diese ordinale Folge zusätzlich durch die zeitliche Aufeinanderfolge definiert. Demnach muß die «Beliebtheit vor dem Experiment» selbst-

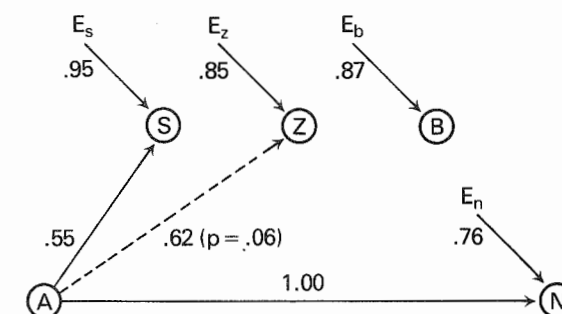


Abb. 1: Pfaddiagramm der Variablen unter der Bedingung Radio. (A ... Differenz der Anfangsbeliebtheit von Freund und Gegner, S ... Differenz zwischen der Verlaufssympathie von Freund und Gegner, Z ... Differenz der Argumentzustimmung von Freund und Gegner, B ... Differenz der Argumentbewertung von Freund und Gegner, N ... Differenz der Beliebtheit nach dem Experiment von Freund und Gegner, E_i ... Summe der nicht erfaßten Einflüsse auf i).

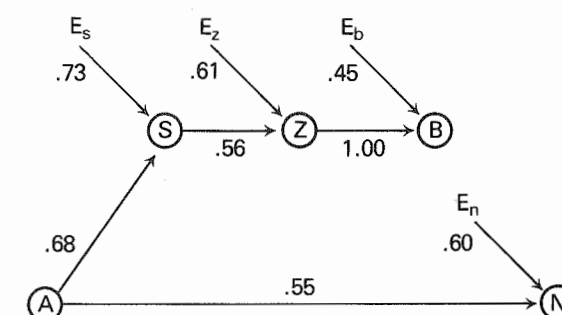


Abb. 2: Pfaddiagramm der Variablen unter der Bedingung Fernsehen (Erläuterungen siehe Abb. 1).

verständlich an erster Stelle, Sympathieurteile, Argumentzustimmung und Argumentbewertung an zweiter Stelle – bedingt durch ihre synchrone Erhebung während des experimentellen Ablaufs – sowie die Beliebtheit nachher an dritter Stelle gereiht werden. Dies sogenannten Pfadkoeffizienten P_{xy} sind den standardisierten partiellen Regressionskoeffizienten äquivalent und indizieren die partielle Abhängigkeit der beiden durch einen Pfad verbundenen Variablen, unabhängig von anderen, funktionell vorhergehenden Einflüssen. Die Wirkung externer Variablen, also der Gesamtheit der im Experiment nicht erfaßten Determinanten wird schließlich durch die Terme P_{ey} angezeigt, wobei

$$P_{ey} = (1 - R_{y \cdot x_i}^2)^{1/2},$$

$R_{y \cdot x_i} \triangleq$ multiple Korrelation der abhängigen Variablen y mit allen m funktional vorgeordneten unabhängigen Variablen x_i , $i = 1 \dots m$.

Deren Quadrat stellt den Prozentsatz der im vorliegenden Fall nicht aufgeklärten Varianz dar.

Diskutierenswürdig ist ohne Zweifel die Reihenfolge der abhängigen Variablen, die während des Experiments erhoben wurden. Ihre funktionale Ordnung ist nicht durch zeitliche Abhängigkeiten zu stützen, sondern muß aufgrund theoretischer Erwägungen postuliert werden. Betrachten wir zuerst die Bedingung Fernsehen: Hier läßt sich festhalten, daß offenbar der visuelle Eindruck, den der Zuseher von den Diskutanten bekommt, primär ist, da das optische Bild unabhängig von irgendeiner Äußerung rezipiert werden kann. Zu Beginn war jedoch impliziert worden, daß die visuelle Darbietung der Diskutanten deren persönliche Nähe zum Beobachter und damit dessen Sympathieeindruck stark beeinflusst. Aus diesen Gründen kann daher die Variable S an zweiter Stelle gesetzt werden.

Äußert einer der Diskutanten im Verlauf der Diskussion ein Argument, dann muß dieses von Seiten des Beobachters offenkundig zuerst verstanden werden, bevor es nach seiner Qualität beurteilt werden kann. Verstehen heißt aber, seine Bedeutung zu analysieren und mit dem eigenen Einstellungs- und Wertsystem in Beziehung zu setzen. Deshalb ist es vertretbar, die Variable der Argumentzustimmung vor die Variable Argument-

bewertung zu setzen. Zustimmung erfordert die Beziehungstiftung zwischen eigener Meinung und gehörtem Argument; sie muß also bereits vollzogen worden sein, bevor die Qualität des Arguments beurteilt werden kann.

Abbildung 1 und 2 stellt die Pfaddiagramme für die beiden Bedingungen Radio bzw. Fernsehen dar. In ihnen sind alle Pfade, deren Signifikanz $p \leq .05$ erreicht, dargestellt. Nur in Abb. 1 ist zusätzlich auch die Beziehung zwischen A und Z eingetragen, da deren Signifikanz $p = .06$ beträgt. Beiden Pfaddiagrammen gemeinsam ist, daß die Polarisierung der Beliebtheit nachher, sowie der Verlaufssympathie direkt durch die Anfangsbeliebtheit (A) beeinflusst wird. Während jedoch unter audiovisueller Bedingung die funktionelle Beziehung über die Verlaufssympathie zur Argumentzustimmung und schließlich zur Argumentbewertung vermittelt wird, diese drei abhängigen Variablen also in engem Zusammenhang stehen, läßt sich unter akustischer Bedingung nichts Vergleichbares feststellen. Der Zusammenhang der Variablen S , Z und B ist bei akustischer Darbietung relativ gering. Selbstverständlich sind auch die Terme P_{ey} , also die Summe der Einflüsse aus nicht erfaßten Determinanten, deutlich höher als unter audiovisueller Bedingung.

Diskussion

Bei den folgenden Überlegungen gehen wir davon aus, daß die zwischen Zuschauern und Zuhörern gefundenen Unterschiede tatsächlich auf die Eigenart der Medien zurückzuführen sind. Es kann nicht ganz ausgeschlossen werden, daß die Vpn unter der Bedingung «Radio» trotz unserer Ankündigung, sie könnten später die Diskussion im Fernsehen verfolgen, enttäuscht waren. Obwohl unsere Beobachtungen der Vpn vor Beginn der Diskussion eine derartige Vermutung nicht stützen, läßt sich dies zweifelsfrei nicht feststellen. Wir können daher nur annehmen, daß eine allenfalls geringfügige Enttäuschung keine Wirkungen hervorruft, die mit der Wirkung der experimentellen Bedingungen interferieren.

Die Hypothese 1 hat sich nur teilweise bestätigt:

Zuschauer stufen zwar ihre Sympathie bzw. Antipathie gegenüber den Politikern während der Diskussion extremer ein als Zuhörer; die Qualität

der Argumente aber und der Grad der Zustimmung zu den Argumenten werden beim Fernsehen nicht extremer bewertet als beim Radiohören. Dies scheint der Aktivierungsthese zu widersprechen, nach der wegen der stärkeren Aktivierungswirkung des Fernsehens die Zuschauer auf allen Skalen extremere Urteile abgeben sollten als Zuhörer. Mit der Konsistenzhypothese steht es in diesem Punkt nicht besser; die extremeren Sympathieurteile hätten gleich extreme Qualitätsbewertungen und Zustimmungsgrade zur Folge haben müssen. Zu interpretieren ist dieser Befund am besten zusammen mit den Ergebnissen zur Hypothese 2. Entgegen dieser von der Aktivierungstheorie abgeleiteten Hypothese sind die Korrelationen zwischen den während der Diskussion gemessenen abhängigen Variablen (Sympathie, Argumentbewertung, Zustimmung) in der Bedingung «Fernsehen» signifikant höher als in der Bedingung «Radio». Wenn wir voraussetzen, daß bei den Zuschauern die Sympathie/Antipathie gegenüber den diskutierenden Personen eine größere Bedeutung bekommt als bei Zuhörern, ist dieses Ergebnis mit der Konsistenzhypothese vereinbar: Die Beurteilung der Argumente nach Qualität und Zustimmung wird von den Zuschauern enger auf die Beurteilung der Personen abgestimmt als von den Zuhörern, wie die Pfadanalyse deutlich zeigt.

Wie soll man sich nun erklären, daß sich die Tendenz zu konsistenten Urteilen nur auf die Korrelationen, nicht aber auf die Mittelwerte der Differenzmaße (Beurteilung von Person bzw. Argumenten des «Freundes» minus Beurteilung von Person bzw. Argumenten des «Gegners») auswirkt? Wir könnten annehmen, daß Zuschauer, durch die visuellen Reize vom Inhalt des Gesagten abgelenkt, in der Beurteilung der Argumentqualität unsicherer sind als Zuhörer. Dies müßte eine Tendenz zur Skalenmitte begünstigen und könnte so verhindern, daß die Argumente gleich extrem wie die Personen selbst beurteilt werden. Leider waren keine Indikatoren der subjektiven Sicherheit der Vpn in der Beurteilung der Argumente erhoben worden, so daß wir diese Möglichkeit der Erklärung nicht überprüfen können. Folgt man diesem Erklärungsversuch, würde das Ausbleiben der medienspezifischen Polarisierung auch nicht mehr gegen die Aktivierungsannahme sprechen. Eine Entscheidung zwischen Aktivierungs- und Konsistenzhypothese ist, macht man diese zu-

sätzliche Annahme, nicht mehr möglich. Nur wenn die Polarisierung im Medium «Fernsehen» in allen Urteilsvariablen deutlich höher gewesen wäre als im Medium «Radio», und dies ohne Zunahme der Korrelationen zwischen den Variablen, hätte dies eher für die Aktivierungs- als für die Konsistenztheorie gesprochen. Zwischen Konsistenz- und Aktivierungshypothese entscheiden zu wollen ist natürlich dann nicht sinnvoll, wenn beide Wirkungen der Theorie nach stets zusammen vorkommen müßten. Dem ist aber nicht so. Höhere Aktivierung muß nicht zu einer größeren Konsistenz, d. h. zu einer stärkeren Vereinfachung der kognitiven Struktur, führen, und eine Verstärkung der Konsistenztendenz kann ohne Zunahme der Aktivierung auftreten.

Zu erwähnen ist noch, daß im Experiment von BRANDSTÄTTER (1975) kein signifikanter Medienunterschied in den Korrelationen zwischen Sympathie (vor der Diskussion gemessen) und Argumentbewertung zu finden war; auch im vorliegenden Experiment sind die entsprechenden Korrelationen zwischen Anfangsbeliebtheit (A) und Argumentbewertung (B) nicht signifikant verschieden. Relevant für die konsistenztheoretische Annahme ist also die während der Diskussion aktualisierte Sympathie (S).

Hypothese 3 (Zuschauer beurteilen die diskutierenden Personen positiver als Zuhörer) hat sich nicht bestätigt. Es bestehen daher Zweifel an der generellen Gültigkeit der Hypothese. Eine nochmalige Prüfung dieser Hypothese würde voraussetzen, daß viele Vpn mehrere verschiedene Diskussionsgruppen in den verschiedenen Medien beobachten, um mögliche Wechselwirkungen zwischen Sender, Nachricht und Medium erfassen zu können.

Mit Hypothese 4 hatten wir vorhergesagt, daß sich die Zuschauer weniger daran erinnern würden, welche Themen diskutiert worden sind, als die Zuhörer. Dies ist nicht der Fall. Das mag daran liegen, daß unser Erinnerungsmaß zu grob, möglicherweise auch zu wenig reliabel war. Man wird aber auch daran zweifeln müssen, ob die Hypothese selbst in dieser Form aufrechterhalten werden kann. Die Ablenkung durch visuelle Eindrücke könnte ja durch eine allgemein höhere Aufmerksamkeit dem «interessanteren» Medium gegenüber kompensiert werden.

Fassen wir die wichtigsten Ergebnisse des Experiments zusammen: Die für das Medium Fern-

sehen erwartete Polarisierung der Urteile fand sich nur auf der Sympathieskala. Die Beurteilung der Qualität der Argumente und die Zustimmung zu den Argumenten der Politiker waren beim Fernsehen deutlich stärker von der Sympathie beeinflusst als bei Vermittlung der Diskussion über das Radio. Es ist zu vermuten, daß die höhere Bedeutsamkeit der Sympathie beim Fernsehen zu einer stärkeren Angleichung der Argumentbeurteilungen führt. Dies spricht eher für die Konsistenz- als für die Aktivierungshypothese der Medienwirkung. Versucht man vorsichtig zu generalisieren, so läßt sich vermuten, daß kontroverse Diskussionen, vielleicht aber auch andere Formen der sprachlichen Informationsvermittlung, z.B. Vorträge oder Interviews, über Fernsehen anders als über Radio oder Zeitung – vor allem gemäß der emotionalen Bewertung der Sprecher – aufgefaßt und verarbeitet werden, daß nur wenig zwischen den verschiedenen Aspekten (z.B. Sympathie zum Sprecher, Güte der Argumente, Übereinstimmung mit den Argumenten, Einstellungsänderung infolge der Argumente) unterschieden wird.

In weiteren Experimenten und Feldstudien wäre vordringlich zu prüfen, wie weit sich dieser Medieneffekt gegenüber einer Variation von Sendern und Nachrichten behauptet und ob nicht nur die Person- und Argumentbewertung, sondern auch die daraufhin eventuell erfolgende Änderung der Einstellungen zu den diskutierten Themen betrifft.

Literatur

- BERGLER, R. & SIX, U. 1979. Psychologie des Fernsehens. Bern/Stuttgart/Wien: Huber.
 BRANDSTÄTTER, H. 1975. Medieneffekte in der Bewertung der Argumente einer Wahlkampfdiskussion. Zeitschrift für Sozialpsychologie 6, 43–50.

- COHEN, R. 1969. Systematische Tendenzen bei Persönlichkeitsbeurteilungen. Bern/Stuttgart/Wien: Huber.
 COOLEY, W.W. & LOHNES, P.R. 1962. Multivariate Procedures for the Behavioral Sciences. New York/London: Wiley.
 CROFT, R.G., SRIMPSON, D.V., ROSS, W.L., BRAY, R.M. & BREGGIO, V.J. 1969. Comparison of attitude changes elicited by live and videotape classroom presentations. AV Communication Review 17, 315–321.
 FISCHER, G.H. 1974. Lineare logistische Modelle zur Beschreibung von Einstellungs- und Verhaltensänderungen unter dem Einfluß von Massenkommunikation. In: Kempf, W.F. (Hrsg.): Probabilistische Modelle in der Sozialpsychologie. Bern/Stuttgart/Wien: Huber, 81–127.
 KLAPPER, J.T. 1960. The Effects of Mass Communication. Glencoe.
 LIEBERT, R.M. & SCHWARTZBERG, N.S. 1977. Effects of mass media. Annual Review of Psychology 28, 141–173.
 MALETZKE, G. 1972. Massenkommunikation. In: Graumann, C.F. (Hrsg.): Handbuch der Psychologie, Band 7/2. Göttingen: Hogrefe, 1511–1537.
 MCGUIRE, W.J. 1969. The nature of attitude change. In: Lindzey, G. & Aronson, E.: The Handbook of Social Psychology, Vol. 3. Reading (Mass.): Addison-Wesley.
 MCLUHAN, M. 1967. Understanding Media. London: Sphere.
 POOL, I.S. 1959. TV: A new dimension in politics. In: Burdick, E. & Brodbeck, A.J. (eds.): American Voting Behavior. Glencoe.
 SAEGERT, S., SWAP, W. & ZAJONC, R.B. 1973. Exposure, context, and interpersonal attraction. Journal of personality and Social Psychology 25, 234–242.
 SCHÖNPFUG, W. 1966. Arousal, adaptation level, and accentuation of judgement. Journal of Experimental Psychology 72, 443–446.
 SHORT, J.A. 1974. Effects of medium of communication on experimental negotiation. Human Relations 27, 225–234.
 SHORT, J.A., WILLIAMS, E. & CHRISTIE, B. 1976. The Social Psychology of Telecommunications. London: Wiley.
 WATZLAWIK, P., BEAVIN, J.H. & JACKSON, D.D. 1969. Menschliche Kommunikation. Bern/Stuttgart/Wien: Huber.
 WEISS, W. 1969. Effects of the mass media of communication. In: Lindzey, G. & Aronson, E.: The Handbook of Social Psychology Vol. 5. Reading (Mass.): Addison-Wesley.
 WILLIAMS, E. 1977. Experimental comparison of face-to-face and mediated communication: A review. Psychological Bulletin 84, 963–976.



Literatur

Neuerscheinungen

- ADAMS-WEBER, J.R. 1979. Personal construct theory. Concepts and applications. New York: Wiley, 239 S., DM 48.80.
 AGRICOLA, E. 1979. Textstruktur, Textanalyse, Informationskern. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 109 S., DM 16.—.
 AIELLO, J.R. & BAUM, A. (Eds.) 1979. Residential crowding and design. New York: Plenum Press, 252 S., Dollar 15.95.
 ASHWORTH, D. 1979. Social interaction and consciousness. Chichester: Wiley, 208 S., Pfund 10.—.
 BARNES, J.A. 1979. Who should know what. Social science, privacy and ethics. Harmondsworth: Penguin, 232 S., DM 14.70.
 BAUMANN, U., BERBACK, H. & SEIDENSTÜCKER, G. (Hrsg.) 1979. Klinische Psychologie. Trends in Forschung und Praxis 2. Bern / Stuttgart / Wien: Huber, 325 S., Fr. 29.—.
 BERGLER, R. 1979. Zigarettenwerbung und Zigarettenkonsum. Bern / Stuttgart / Wien: Huber, 191 S., DM 24.—.
 BUDDENSIEK, W., KAMINSKI, H., KAISER, F.-J., TENFELDE, W. & WITTEKIND, H. 1979. Berufswahlunterricht in der vorberuflichen Bildung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 168 S., DM 25.—.
 BURGESS, R.L. & HUSTON, T.L. (Eds.) 1979. Social exchange in developing relationships. New York: Academic Press, 422 S.
 COHN, A. 1979. The criminal justice system and its psychology. Wokingham: Van Nostrand, 320 S., Pfund 13.45.
 CRESSWELL, M.J. 1979. Die Sprachen der Logik und die Logik der Sprache. Berlin: de Gruyter, 431 S., DM 36.—.
 DECHMANN, M.D. 1978. Teilnahme und Beobachtung als soziologisches Basisverhalten. UTB Bd. 698. Bern/Stuttgart: P. Haupt, 277 S., DM 20.80.
 DOORMANN, L. (Hrsg.) 1979. Keiner schiebt uns weg. Zwischenbilanz der Frauenbewegung in

der Bundesrepublik. Weinheim: Beltz, 365 S., DM 24.—.

- DOORMANN, L. (Hrsg.) 1979. Kinder in der Bundesrepublik. Materialien. Initiativen. Alternativen. Köln: Pahl-Rugenstein, 277 S., DM 14.80.
 EHRLICH, H.J. 1979. Das Vorurteil (dt. Übers. von «The social psychology of prejudice»). München/Basel: Reinhardt, 222 S., DM 38.—.
 FASSNACHT, G. 1979. Systematische Verhaltensbeobachtung. Eine Einführung in die Methodologie und Praxis. UTB 889, München/Basel: E. Reinhardt, DM 22.80.
 GALPERIN, P.J. 1979. Grundfragen der Psychologie. Köln: Pahl-Rugenstein, 264 S., DM 15.—.
 GAZDAR, G. 1979. Pragmatics. Implicature, presupposition, and logical form. New York: Academic Press, 185 S., DM 26.—.
 GREWENDORF, G. (Hrsg.) 1979. Sprechakttheorie und Semantik. Frankfurt: Suhrkamp, 416 S., DM 16.—.
 GRIESE, H.M. (Hrsg.) 1979. Sozialisation im Erwachsenenalter. Weinheim: Beltz, 315 S., DM 26.—.
 HEM, L. & HOLTER, H. (Eds.) 1979. Sozialpsychologie. I. Familie, ungdom, kjønnsroller. Oslo: Universitetsforlaget, N.kr. 98.—.
 HERRMANN, T. 1979. Psychologie als Problem. Stuttgart: Klett-Cotta, 240 S., DM 24.—.
 HEUER, G. 1979. Selbstmord bei Kindern und Jugendlichen. Stuttgart: Klett-Cotta, 152 S., DM 16.—.
 HOFFMANN, G. & MÜLLER, C.P. 1979. Psychologie der Persönlichkeit. Studienbücher Politik. Frankfurt a.M.: Diesterweg, 133 S., DM 7.80.
 IBRAHIM, M. 1979. Elternhaus und Berufsschule. Hannover: Schroedel, 195 S., DM 27.70.
 JÄGER, M., KERSTEN, K., LEISER, E. u.a. 1979. Subjektivität als Methodenproblem. Köln: Pahl-Rugenstein, 244 S., DM 15.—.
 KELLER, H. (Hrsg.) 1979. Geschlechtsunterschiede. Weinheim: Beltz, 290 S., DM 34.—.
 KELLEY, H.H. 1979. Personal relationships: Their structures and processes. Chichester: Wiley, 129 S., Pfund 9.40.