



Arne Freya Zillich

Konsistenztheorien & Selective Exposure



Nomos

Konzepte. Ansätze der Medien- und
Kommunikationswissenschaft

herausgegeben von
Prof. Dr. Patrick Rössler und
Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Band 17

Arne Freya Zillich

Konsistenztheorien & Selective Exposure



Nomos

© Titelbild: Alfira Poyarkova – iStock

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

ISBN 978-3-8487-3072-8 (Print)

ISBN 978-3-8452-7216-0 (ePDF)

1. Auflage 2019

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort der Reihenherausgeber

Etliche Jahre schien das Fehlen von Lehrbüchern auch die akademische Emanzipation der Kommunikationswissenschaft zu behindern. Doch in jüngerer Zeit hat der fachkundige Leser die Auswahl aus einer Fülle von Angeboten, die nur noch schwierig zu überblicken sind. Wie lässt es sich dann rechtfertigen, nicht nur noch ein weiteres Lehrbuch, sondern gleich eine ganze Lehrbuchreihe zu konzipieren?

Wir sehen immer noch eine Lücke zwischen den großen Überblickswerken auf der einen Seite, die eine Einführung in das Fach in seiner ganzen Breite versprechen oder eine ganze Subdisziplin wie etwa die Medienwirkungsforschung abhandeln – und andererseits den Einträgen in Handbüchern und Lexika, die oft sehr spezifische Stichworte beschreiben, ohne Raum für die erforderliche Kontextualisierung zu besitzen. Dazwischen fehlen allerdings (und zwar vor allem im Bereich der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung) monographische Abhandlungen über zentrale KONZEPTE, die häufig mit dem Begriff der „Theorien mittlerer Reichweite“ umschrieben werden.

Diese KONZEPTE gehören zum theoretischen Kerninventar unseres Fachs, sie bilden die Grundlage für empirische Forschung und akademisches Interesse gleichermaßen. Unsere Lehrbuchreihe will also nicht nur Wissenschaftlern einen soliden und gleichzeitig weiterführenden Überblick zu einem Forschungsfeld bieten, der deutlich über einen zusammenfassenden Aufsatz hinausgeht: Die Bände sollen genauso Studierenden einen fundierten Einstieg liefern, die sich für Referate, Hausarbeiten oder Abschlussarbeiten mit einem dieser KONZEPTE befassen. Wir betrachten unsere Lehrbuchreihe deswegen auch als eine Reaktion auf die Vorwürfe, mit der Umstellung auf die Bachelor- und Masterstudiengänge würde Ausbildung nur noch auf Schmalspurniveau betrieben.

Die Bände der Reihe KONZEPTE widmen sich deswegen intensiv jeweils einem einzelnen Ansatz der Mediennutzungs- und Wirkungsforschung. Einem einheitlichen Aufbau folgend sollen sie die historische Entwicklung skizzieren, grundlegende Definitionen liefern, theoretische Differenzierungen vornehmen, die Logik einschlägiger Forschungsmethoden erläutern und empirische Befunde zusammenstellen. Darüber hinaus greifen sie aber auch Kontroversen und Weiterentwicklungen auf, und sie stellen die Beziehungen zu theoretisch verwandten KONZEPTE her. Ihre Gestaltung und ihr Aufbau enthält didaktische Elemente in Form von Kernsätzen, Anekdoten oder Definitionen – ebenso wie Kurzbiografien der Schlüsselaufgaben und

kommentierte Literaturempfehlungen. Sie haben ein Format, das es in der Publikationslandschaft leider viel zu selten gibt: ausführlicher als ein Zeitschriften- oder Buchbeitrag, kompakter als dickleibige Forschungsberichte und konziser als thematische Sammelbände.

Die Reihe KONZEPTE folgt einem Editionsplan, der gegenwärtig 25 Bände vorsieht, die in den nächsten Jahren sukzessive erscheinen werden. Als Autoren zeichnen fachlich bereits ausgewiesene, aber noch jüngere Kolleginnen und Kollegen, die einen frischen Blick auf die einzelnen KONZEPTE versprechen und sich durch ein solches Compendium auch als akademisch Lehrende qualifizieren. Für Anregungen und Kritik wenden Sie sich gerne an die Herausgeber unter



patrick.roessler@uni-erfurt.de



brosius@ifkw.lmu.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Reihenherausgeber	5
Abbildungsverzeichnis	9
1. Grundlegende Annahmen	11
1.1 Konsistenztheorien	12
1.1.1 Balance-Modell	13
1.1.2 ABX-Modell	16
1.1.3 Kongruenzmodell	17
1.2 Theorie der kognitiven Dissonanz	20
1.2.1 Grundzüge der Theorie	21
1.2.2 Kritik und Weiterentwicklung	24
1.2.3 Anwendung in der Medienwirkungsforschung	27
1.3 Selective Exposure	29
1.3.1 Selective Exposure vs. de facto selectivity	32
1.3.2 Einflussfaktoren	34
2. Entwicklungsgeschichte	40
3. Forschungslogik	49
3.1 Untersuchungsdesign	49
3.2 Methoden zur Messung von Selective Exposure	53
3.2.1 Befragung	53
3.2.2 Beobachtung	57
3.2.3 Big Data	63
4. Empirische Befunde	67
4.1 Forschungsüberblick	67
4.2 Forschung zur Selektion von politischen Informationen ...	86
4.3 Forschung zu Gesundheitskommunikation	92
4.4 Forschung zu Social Media	95
5. Alternative Erklärungsansätze	103
6. „Top Ten“ der Forschungsliteratur	107
Literatur	109
Bisher in der Reihe erschienene Bände	121

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Balancierte und unbalancierte Zustände	15
Abbildung 2:	ABX-Modell	16
Abbildung 3:	Verteidigungsmotivation und Genauigkeitsmotivation: Einflussfaktoren der Person und der Information	35
Abbildung 4:	Verteidigungsmotivation und Genauigkeitsmotivation: Einflussfaktoren der Situation	38

1. Grundlegende Annahmen

Im Laufe ihres Lebens müssen Menschen eine Vielzahl an Entscheidungen in unterschiedlichen Bereichen wie Bildung, Kultur, Politik, Religion und Gesundheit treffen. Häufig wurde angenommen, dass Menschen bei diesen Entscheidungen rational vorgehen und eine genaue Wahl treffen, die maximal auf ihre aktuelle Umwelt angepasst ist. Um das optimale Ergebnis zu erzielen, müssen Personen externe entscheidungsrelevante Informationen berücksichtigen, die ihre Entscheidung auf eine solide empirische Basis stellen. Allerdings zeigt die Realität, dass bei nahezu allen Entscheidungen Pro- und Kontraargumente vorliegen. Daher tritt häufig folgendes Phänomen auf: Menschen suchen selektiv nach externen entscheidungsrelevanten Informationen und bewerten diese selektiv. Sie tendieren dazu, Informationen zu bevorzugen, die der eigenen Einstellung entsprechen und Informationen zu vermeiden, die ihr widersprechen. Dies wird *Selective Exposure* genannt. Beispielsweise verlangte der frühere US-amerikanische Vizepräsident Dick Cheney, ein Republikaner, von Hotelmanagern, dass sie den Fernseher in seinem Hotelzimmer vor seiner Ankunft auf einen konservativen Nachrichtensender umschalteten.

Allerdings kann *Selective Exposure* zu schlechten Entscheidungsergebnissen führen, die dramatische Ausmaße annehmen und in manchen Fällen politisch, militärisch, technisch oder finanziell desaströs enden können. Beispielsweise zeigen Gesprächsanalysen von Treffen des ehemaligen US-amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy mit seinen Beratern zur Schweinebuchtinvasion auf Kuba im Jahr 1961, dass Kennedy Berater bevorzugte, die genau wie er eine Invasion befürworteten. Berater, die dem Vorgehen kritisch gegenüberstanden, erhielten hingegen weniger Redezeit oder wurden bei den Treffen gar nicht angehört. Die Invasion der Schweinebucht war ein militärisches und politisches Debakel und ging als eine der schlechtesten Entscheidungen der Kennedy-Regierung in die Geschichtsbücher ein. Ein weiteres Beispiel stellt die ursprüngliche Begründung für den US-amerikanischen Einmarsch in den Irak im Jahr 2003 dar. Der ehemalige Präsident George W. Bush und seine Berater waren davon überzeugt, dass der Irak Massenvernichtungswaffen besitzen würde. Informationen, die diese Überzeugung unterstützten, wurden von ihnen überbetont, wohingegen Informationen, die diese Annahme infrage stellten, heruntergespielt wurden. Am Ende des Militäreinsatzes wurde jedoch offensichtlich, dass der Irak nie Massenvernichtungswaffen besessen hatte und die ursprüngliche Entscheidungsbasis für den Einsatz falsch war. Diese Beispiele veranschaulichen, dass die selektive Zu-

wendung zu bestätigenden Informationen reale Verhältnisse verschleiern und zu falschen Entscheidungen führen bzw. die Revision selbiger behindern kann (Fischer & Greitemeyer, 2010; Hart, Eagly, Lindberg, Albarracin, Brechan & Merrill, 2009).

Dieses Lehrbuch gibt einen fundierten Überblick über die Forschung zur einstellungskonsonanten Selektion von Informationen. Kapitel 1 führt in zentrale Konsistenztheorien und den Selective Exposure-Ansatz ein und erläutert dessen grundlegende sozialpsychologische Annahmen, wesentliche Begriffe und Anwendung in der Medienwirkungsforschung. Kapitel 2 zeichnet die Entwicklungsgeschichte der behandelten Konsistenztheorien und des Selective Exposure-Ansatzes nach. Relevante Forschungsgegenstände, wissenschaftliche Traditionen und ihre bedeutenden Akteure stehen in diesem Kapitel im Mittelpunkt. Kapitel 3 widmet sich der Forschungslogik und beschreibt gängige Untersuchungsdesigns und häufig verwendete Methoden. Kapitel 4 bündelt den Forschungsstand der letzten 60 Jahre anhand von Meta- und Schlüsselstudien und stellt aktuelle empirische Befunde aus drei Forschungsfeldern dar, in denen der Selective Exposure-Ansatz besondere Beachtung erhalten hat. Kapitel 5 stellt abschließend ausgewählte alternative Ansätze vor, die die systematische Bevorzugung eines Mediums oder Medieninhalts zu erklären versuchen.

1.1 Konsistenztheorien

Grundlegende Annahme der
Konsistenztheorien

In den 1950er-Jahren entwickelten zahlreiche Forschende der Sozialpsychologie verschiedene theoretische Ansätze, die unter dem Begriff der „Konsistenztheorien“ subsumiert wurden. Die Konsistenztheorien teilen eine grundlegende Annahme: Menschen tendieren dazu, interne Inkonsistenzen zwischen ihren interpersonellen Beziehungen, ihren zwischenmenschlichen Kognitionen, Überzeugungen, Gefühlen und Handlungen zu minimieren. Die Erfahrung von Inkonsistenz erzeugt beim Menschen Spannung, welche ihn veranlasst zu handeln (Jordan, 1968, S. 169). Während die verschiedenen Konsistenztheorien in ihrer Grundannahme übereinstimmen, unterscheiden sie sich u. a. in ihrer Definition von Inkonsistenz, in ihren zusätzlichen Annahmen und in den untersuchten Anwendungsbereichen. Beispielsweise führt McGuire (1967, S. 403–405) sechs Ursprünge von Dissonanz und sieben Reduktionsmöglichkeiten von Inkonsistenzen auf, die in der Forschung diskutiert werden. Die Vielzahl dieser Erklärungsmöglichkeiten erschwert es, das Handeln einer Inkonsistenz erlebenden Person auf der Basis von Konsistenztheorien hervorzusagen. Insgesamt zeichnen sich die Konsistenztheorien jedoch durch eine große heuristische Erklärungskraft aus (McGuire, 1967, S. 402).