



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Krieg und Medien. Eine Untersuchung von Kultivierungseffekten
durch den Konsum von Kriegsberichterstattung auf die mentale
Gesundheit ihrer Rezipient:innen

verfasst von | submitted by
Liv Wessel B.A.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Assoz. Prof. Mag. Dr. Florian Arendt

Abstract

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit der Frage der Wirkung von Nachrichten über Kriege und Konflikte auf die Wahrnehmung der Realität und der mentalen Verfassung ihrer Rezipient:innen auseinander. Als Erklärungsversuch wurde die Kultivierungsthese nach George Gerbner herangezogen, die sich mit der Wirkung von Massenmedien auf die Wahrnehmung ihrer Rezipient:innen beschäftigt. Im kommunikationswissenschaftlichen Umfeld konnten bereits negative Effekte in- und außerhalb der Kultivierungsforschung durch Nachrichten und soziale Medien nachgewiesen werden, diese wurden jedoch bislang getrennt voneinander betrachtet. In der vorliegenden Arbeit wurde versucht, beide Phänomene miteinander zu verbinden und zu überprüfen, ob ein gegenseitiger Zusammenhang besteht. Das Forschungsdesign fokussiert sich dabei auf die Betrachtung spezifischer Medieninhalte – der Nachrichten über Kriege und Konflikte – als Auslöser möglicher Kultivierungseffekte. Mittels einer quantitativen Befragung wurden dazu Daten über das Kriegsnachrichtenkonsumverhalten, der Weltsicht und der mentalen Verfassung (gemessen an fünf Faktoren) der Befragten erhoben. Mit einer moderierten Mediation wurde überprüft, ob ein linearer Zusammenhang zwischen einem Anstieg im Nachrichtenkonsum über Kriegsberichte und dem Mean World Syndrome und der mentalen Verfassung der Proband:innen besteht. Darüber hinaus wurde überprüft, ob der Anteil an Kriegsnachrichten, der über soziale Medien konsumiert wird dabei einen moderierenden Einfluss auf die unterstellten Kultivierungseffekte nimmt.

Die Ergebnisse zeigen schwache, aber signifikante Kultivierungseffekte eines Anstiegs des Kriegsnachrichtenkonsums auf das Angsterleben, die Hoffnungslosigkeit, der Erschöpfung und das generelle Wohlbefinden der Befragten, welche maßgeblich über das Mean World Syndrome – die negative Weltsicht – zu erklären scheinen. Ein moderierender Effekt durch die Nutzung sozialer Medien zum Nachrichtenkonsum konnte nicht bestätigt werden. Weiterführende Untersuchungen können weitere Faktoren wie die Medienkompetenz als mögliche moderierende Variable näher betrachten und auch nicht-lineare Zusammenhänge in Betracht ziehen.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	1
Tabellenverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Theoretische Grundlagen.....	7
2.1 Der Kultivierungsansatz nach Gerbner.....	8
2.1.1 Der Ursprung – Das Paradigma der kulturellen Indikatoren	8
2.1.2 Grundannahmen und Ergebnisse	9
2.1.3 Kritik.....	12
2.3.2 Weiterentwicklungen und Antworten Gerbners	17
2.1.4 Anwendung auf Nachrichten.....	21
2.1.5 Anwendung auf soziale Medien	26
2.2 Aktueller Stand der Forschung.....	31
2.2.1 Kultivierungsforschung zu Nachrichtenkonsum.....	31
2.2.2 Kultivierungsforschung zu sozialen Medien	33
2.3 Mentale Gesundheit.....	36
2.3.1 Der Zusammenhang zwischen Nachrichtenkonsum und mentaler Gesundheit	37
2.3.2 Der Zusammenhang zwischen der Nutzung von sozialen Medien und der mentalen Gesundheit	40
2.4 Zwischenfazit.....	41
2.4.1 Kultivierungsthese 1: Nachrichtenkonsum und mentale Gesundheit	42
2.4.2 Kultivierungshypothese 2: Soziale Medien und mentale Gesundheit	44
3. Methodisches Vorgehen.....	44
3.1 Message-System Analysis.....	45
3.2 Kultivierungsanalyse	46
3.3 Auswahlverfahren und Sample	47
3.4 Operationalisierung der Variablen	48
3.4.1 Gesamter Konsum an Kriegsberichterstattung.....	48
3.4.2 Moderator: Anteil der Kriegsnachrichten, der über soziale Medien konsumiert wird	50
3.4.3 Faktoren der mentalen Gesundheit	51
3.4.4 Mediator: Mean World Syndrome	54
3.4.5 Kontrollvariablen.....	55
3.5 Statistische Datenauswertung	58
4. Ergebnisse	60
4.1 Ergebnisse der Regression	60
4.2 Ergebnisse der moderierten Mediation.....	61
4.3 Diskussion.....	68
5. Fazit und Ausblick.....	74
6. Literaturverzeichnis.....	76
Anhang.....	94
Anhang 1: Angaben zu Hilfsmitteln	94

Anhang 2: Umgewandelte Antworten	94
Anhang 3: SPSS-Ausgabe	95

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Dummy-Kodierung der Kontrollvariable "Bildungsgrad"	57
Tabelle 2: Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Mean World. Eigene Darstellung.....	62
Tabelle 3: Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Angstempfinden. Eigene Darstellung	63
Tabelle 4 Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Hoffnungslosigkeit. Eigene Darstellung.....	63
Tabelle 5 Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Erschöpfung. Eigene Darstellung.....	64
Tabelle 6 Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable generelles Wohlbefinden. Eigene Darstellung.....	64
Tabelle 7: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable Angstempfinden. Eigene Darstellung.....	65
Tabelle 8: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable Hoffnungslosigkeit. Eigene Darstellung	66
Tabelle 9: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable Erschöpfung. Eigene Darstellung	66
Tabelle 10: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable generelles Wohlbefinden. Eigene Darstellung	66

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verwendetes Regressionsmodell. Eigene Darstellung	58
Abbildung 2: Vermuteter Kultivierungseffekt im verwendeten moderierten Mediationsmodell. Eigene Darstellung.....	59
Abbildung 3: Ergebnisse der Regression. Eigene Darstellung	61
Abbildung 4: Gesammelte Ergebnisse der direkten und indirekten Effekte der moderierten Mediation mit Einschluss aller Kontrollvariablen. Eigene Darstellung.....	67

1. Einleitung

In den vergangenen Jahren ist in der medialen Berichterstattung in Österreich und Deutschland eine zunehmende Diskussion über die Zukunftsperspektiven junger Erwachsener sowie die allgemeine Zufriedenheit innerhalb der Gesellschaft zu beobachten. Insbesondere die Aufarbeitung der Themen wie Kriege und globale Konflikte nimmt einen zentralen Stellenwert in der Berichterstattung ein und dominiert den Nachrichtenkonsum (Boukes & Vliegenhart, 2017). Untersuchungen zeigen, dass solche Inhalte nicht nur einen mehrheitlichen Teil der gesamten Berichterstattung ausmachen, sondern zudem als belastend empfunden werden. So berichten beispielsweise der Standard und die Tagesschau, dass vor allem das Thema Krieg in Europa und Nahost eines derer sei, die junge Menschen besonders belastet (Pallinger, 2023; Wundersee, 2024).

Auch Kommunikationswissenschaftler:innen beschäftigen sich mit möglichen Auswirkungen, die der Konsum solcher Nachrichten auf ihre Rezipient:innen nehmen kann. Besonders oft wird dabei der mentale und sogar physische Gesundheit Betroffener untersucht und vor allem die Kriegsberichterstattung wird mit negativen psychischen Effekten in Verbindung gebracht. Bisher wurde dieser Zusammenhang vorrangig durch die Intensität des Medienkonsums erklärt: Personen, die verstärkt Nachrichten konsumieren, berichten von vermehrten negativen psychischen Symptomen. Ein ähnliches Phänomen wird auch im Kontext sozialer Medien beobachtet. Ein Erklärungsansatz für diese Effekte ist die Kultivierungsthese nach George Gerbner. Ursprünglich auf das Fernsehen bezogen wird dieser Ansatz aktuell auch auf einzelne Medienformate wie Nachrichten (McLaughlin et al., 2020; Boukes & Vliegenhart, 2017; Kaim & Bodas, 2024; York, 2013; Woodstock, 2014, Arendt, 2010) und auf moderne Medienformen wie soziale Medien (Herman et al., 2023; Kothur & Pandey, 2023) angewendet und gilt immer noch als Maßstab für Einstellungs-Veränderungen von Rezipient:innen. Die Theorie besagt, dass ein hoher Medienkonsum zu einer verzerrten Realitätswahrnehmung führen kann, insbesondere bei gewaltgeprägten Inhalten. Gerbner sieht die Gefahr dabei in einem durch die Massenmedien verbreiteten Bild der Realität, das nicht dem tatsächlichen entspricht (Gerbner & Gross, 1976).

Ob sich diese Theorie auf die heutige Medienlandschaft, insbesondere auf einzelne Formate – im Gegensatz zum gesamten Medienkonsum – und auf soziale Medien als neue Form der Massenmedien übertragen werden kann, wird aktuell stark diskutiert.

Ziel dieser Arbeit ist es, die Kultivierungsthese auf die Berichterstattung über Kriege und Konflikte anzuwenden und zu untersuchen, ob ein hoher Konsum solcher Nachrichten negative Auswirkungen auf die mentale Gesundheit der Rezipient:innen hat. Zudem soll analysiert werden, ob der Konsum dieser Nachrichten über soziale Medien diesen Effekt durch die stetige Präsenz im Alltag verstärken. Dazu wird anhand der Grundannahmen Gerbners und aktuellen Weiterentwicklungen der Theorie erörtert, ob die Kultivierungstheorie auch im modernen System der aktuellen Massenmedien Bestand haben kann. Geprüft wird dies anschließend mit der Auswertung einer quantitativen Befragung zum Konsum von Kriegsberichten, der Weltsicht und der mentalen Verfassung der Befragten. Damit leistet diese Arbeit einen Beitrag zur Einordnung journalistischer Berichte und ihrer vermittelten Botschaften. In Zeiten globaler Krisen ist es von essenzieller Bedeutung, die Rolle der Medien zu verstehen, sowohl als Informationsquelle als auch als potenzieller Einflussfaktor auf die mentale Verfassung der Bevölkerung. Journalist:innen tragen mit ihrer Berichterstattung zur Wahrnehmung von Krisen und deren Verarbeitung bei. Angesichts steigender psychischer Belastungen ist es daher notwendig, die Wechselwirkungen zwischen Medienkonsum und mentaler Gesundheit zu erforschen. Methodisch verbindet die vorliegende Masterarbeit zwei bislang weitgehend getrennte untersuchte Bereiche der Kultivierungsforschung: Zum einen wird geprüft, ob Nachrichten über Kriege und Konflikte zur Kultivierung einer negativen Weltsicht beitragen. Zum anderen wird untersucht, ob soziale Medien diesen Effekt trotz ihres im Vergleich zum Fernsehen selektiveren und interaktiveren Charakter verstärken. Damit liefert diese Arbeit eine Argumentationsgrundlage dafür, ob und inwiefern die Kultivierungsthese auf soziale Medien anwendbar ist.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass zwar nur geringe, aber signifikante Kultivierungseffekte im Hinblick auf Angstempfinden, Hoffnungslosigkeit, Erschöpfung und das allgemeine Wohlbefinden der Rezipient:innen nachgewiesen werden konnten. Soziale Medien verstärken diese Effekte nicht direkt, könnten

jedoch als weiterer Prädiktor für eine negative Weltsicht fungieren. Diese Ergebnisse bauen auf bestehenden Erkenntnissen der Kultivierungsforschung auf und machen deutlich, dass es neben der Medienexposition weitere, personenbezogene Einflüsse geben kann, die sich stärker auf die Weltsicht und so auf die mentale Verfassung auswirken. Sie liefern damit auch einen Beitrag zur Diskussion über das methodische Vorgehen in Kultivierungsstudien und bestätigen die Forderung nach erweiterten Analyseverfahren wie Längsschnittstudien oder experimentellen Designs. Gleichzeitig können die Erkenntnisse als Argumentationshilfe für Veränderungen in der journalistischen Praxis dienen, insbesondere im Hinblick auf eine konstruktivere Berichterstattung. Die Frage, wie Medieninhalte gestaltet sein sollten, um eine übersichtliche, aber nicht belastende Berichterstattung zu ermöglichen, bleibt eine zentrale Herausforderung für Wissenschaft und Gesellschaft.

Insgesamt unterstreicht die vorliegende Untersuchung die Relevanz einer differenzierten Betrachtung der Medieneinflüsse auf die mentale Gesundheit. Sie zeigt, dass der Konsum von Kriegsnachrichten zwar kein alleiniger Auslöser kultivierender Effekte ist, jedoch eine Rolle spielt, die im Kontext der Berichterstattung und des Mediennutzungsverhaltens weiter untersucht werden sollte. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung von Strategien zur Nutzung von Nachrichtenmedien von Bedeutung, um problematischen Nachrichtenkonsum zu minimieren und eine ausgewogene Berichterstattung zu fördern.

2. Theoretische Grundlagen

Die Kultivierungsthese nach George Gerbner gehört zu den populärsten Ansätzen aus der Medienwirkungsforschung. Bis heute argumentieren Forschende mit den Ansätzen Gerbners eine in Richtung der Medienrealität verzehrten Wahrnehmung der Rezipient:innen. Mittlerweile hat sich dabei jedoch nicht nur das Publikum und sein Mediennutzungsverhalten verändert – auch ein ausdifferenziertes Medienangebot bietet im Vergleich zum damals dominierenden Fernsehen die Möglichkeit zur Selektion und Heterogenität. Kann die Kultivierungsforschung vor dem Hintergrund dieser gravierenden Veränderungen auf die Inhalte des neuen Mediensystems und digitale Angebote angewendet werden, oder verliert sie ihre

Stellung und Aussagekraft in der modernen Medienwirkungsforschung? All dies soll im folgenden Abschnitt anhand eines Überblicks über den Ursprung Gerbners' Theorie, des aktuellen Forschungsstandes und Weiterentwicklungen durch Kultivierungsforschende diskutiert werden.

2.1 Der Kultivierungsansatz nach Gerbner

Die Kultivierungsthese stützt sich in ihrer Urform auf die Annahme, dass Menschen, die viel fernsehen im Vergleich zu jenen, die wenig fernsehen, die Welt negativ verzerrt wahrnehmen. Aus dieser verzerrten Wahrnehmung ergeben sich verschiedene Effekte auf die Realitätsvorstellungen, das Verhalten oder die Absichten jener Personen. Der Ansatz wurde in den 1960er Jahren von George Gerbner und seinem Team begründet und zählt noch heute zu den berühmtesten in der Medienwirkungsforschung (Nitsch, 2016; Rossmann, 2008). In seinen Ursprungsarbeiten bezog sich Gerbner dabei vor allem auf die Darstellung von Gewalt im Fernsehen und die damit verbundene Wahrnehmung von Gewalt im alltäglichen Leben der Rezipient:innen (Gerbner & Gross, 1976).

2.1.1 Der Ursprung – Das Paradigma der kulturellen Indikatoren

Den Ursprung findet der Kultivierungsansatz im Paradigma der kulturellen Indikatoren (Gerber, 1969; Signorelli, 1990). Dieses betrachtet die (Massen-) Medien als prägenden Mechanismus für gesellschaftliche Werte, Normen und Bedeutungen. Für Gerbner ist es in den 1960er Jahren der bisher einzige Ansatz, der die Analyse von Nachrichtensystemen, die sich an heterogene und anonyme Öffentlichkeiten richten, erklärt (Gerbner, 1969). Innerhalb einer staatlich finanzierten Forschungsreihe widmete er sich der Erforschung des Zusammenhangs, bzw. den langfristigen Auswirkungen, von Fernsehkonsum auf die Wahrnehmungen und Einstellungen der Zuschauer:innen in den USA (Morgan & Signorelli, 1990). Er beobachtete, dass das Fernsehen durch die wiederholte Darstellung von Inhalten (besonders von Gewalt) die kollektive Wahrnehmung der sozialen Realität formt – diesen Prozess nennt er Kultivierung und prägt den Begriff in den 1970er Jahren mit der Veröffentlichung der Studie *“Living With Television: The Violence Profile”* gemeinsam mit Larry Gross (Gerbner & Gross, 1976).

Diese erste Arbeit basiert auf einem Konzept, das Nachrichtensysteme als die gemeinsame Kultur versteht, „whose full significance rests in the cultivation of collective consciousness about elements of existence“ (Gerbner, 1969, S. 138). Für ihn findet die Kultivierung des gemeinsamen Bewusstseins über das öffentlich Gesagte, also die Massenkommunikation, statt. Ausgehend von dieser Annahme sieht er den dringlichen Bedarf einer Theorie, die sogenannte „cultural indicators“ (S. 138) entwickelt, die bei der Messung einer von ihm erkannten Transformation helfen sollen: Immer, wenn sich die sozialen, politischen und wirtschaftlichen Ziele von Massenkommunikation ändern, führe das gleichzeitig auch zu einer Änderung in der symbolischen Umwelt der Gesellschaft. Kulturelle Indikatoren stellen folglich die messbaren Elemente in Medieninhalten dar, die erklären, welche Wertvorstellungen, Bedeutungen und Normen durch die Massenkommunikation vermittelt werden: Zu welcher Zeit, in welcher Kultur und im Kontext welcher öffentlichen Nachrichtendienste wurden diese Vorstellungen kultiviert? Gerbner sieht besonders die Massenmedien damit als ein sozialwissenschaftliches Unternehmen, das umfassend und systematisch analysiert werden kann und sollte, um daraus später Informationen über individuelle und soziale Reaktionen auf kultivierte Bedeutungen zuverlässig ableiten zu können (Gerbner, 1969; Gerbner & Gross, 1976).

2.1.2 Grundannahmen und Ergebnisse

Die Kultivierungsforschung hat im Bereich der Medienwirkungsforschung eine Sonderstellung, da die langfristige Wirkung des Fernsehens auf die Gesellschaft untersucht wird, welches Rossmann (2008) nach Gerbners Annahmen als die „sekundäre Soialisationsinstanz“ (S. 28, Hervorhebung im Original) in der Gesellschaft beschreibt. Die Grundannahme der Kultivierungsforschung beschreiben Gerbner und seine Kolleg:innen als eine der Fernsehrealität angeglichenen Vorstellung der sozialen Wirklichkeit bei Personen, die viel fernsehen im Vergleich zu denen, die weniger fernsehen (Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, Morgan & Signorelli, 1986; Morgan & Signorelli, 1990).

Kultivierung meint für Gerbner folglich die Festlegung eines kollektiven Kontextes, in welchem Einzelpersonen und Gruppen medial vermittelte Botschaften selektieren und interpretieren (Gerbern, 1969). Das Verständnis von Begriffen kultiviert also die Bedingungen, unter denen sie erreicht wird. Die Kultivierung von gemeinsamen

Begriffen innerhalb der Gesellschaft bildet somit die Grundlage für die öffentliche Auslegung von Begrifflichkeiten, Bedeutungen und gemeinsamen Werten. Die Öffentlichkeit, in der diese Kultivierung stattfindet, entsteht für Gerbner durch das Publikum selbst: „These publics are maintained through continued publication“ (S. 140). Gerbner betont, dass der Begriff der Kultivierung damit mehr darstelle als nur ein Synonym für auftretende Effekte (Gerbner, 1998). Die Beziehung zwischen dem persuasiven Medium Fernsehen und der Struktur seiner symbolischen Umwelt sei komplex und durch andere Einflüsse geprägt. Gerbner unterstellt diesem Phänomen daher keine einseitige Wirkungsbeziehung, sondern geht von einer wechselseitigen Interaktion zwischen Medium und Rezipient:innen aus. Das Fernsehen kreiere nicht einfach Meinungen oder Vorstellungen; es müsse das Zusammenspiel beider betrachtet werden: „Rather, it is an integral aspect of a dynamic process“ (Gerbner, 1998, S. 180). In ihrer Studie sprechen Gerbner und Gross von „symbolischer Sozialisation und Kontrolle“ (Gerbner & Gross, 1976, S. 173), die durch gemeinsame Rituale entstehen und über Normen und Werte vorgeben, wie die Gesellschaft funktioniert. Die *Kultur*, von der innerhalb einer Gesellschaft gesprochen wird, meint nach ihnen das generelle System, das die vorherrschende Meinung oder Anschauung zu einer Sache *kultiviere* und so die sozialen Beziehungen untereinander reguliere. Die Systeme, über die diese Botschaften verbreitet werden, seien professionalisiert und auf Massenproduktion ausgerichtet worden – für Gerbner und Gross sind dies die Massenmedien, insbesondere das Fernsehen. Sie begannen zu analysieren, wie viel Gewalt in amerikanischen Fernsehdramen zwischen 1967 und 1968 vorkam (Gerbner & Gross, 1976). Das Fernsehen nimmt für sie dabei eine so wichtige Rolle in der Verbreitung von Botschaften ein, da es „penetrates every home in the land“ (S. 175), bestehend aus einem immerwährenden Zyklus aus Entertainment und Information. Es sei zwar niemand auf das Fernsehen angewiesen, um sich ein Bild von der Realität um sich herum zu machen, andererseits stünden echte Einblicke in dort häufig dargestellte Orte wie Polizeistationen oder Krankenhäuser auch nur einem kleinen Teil der Gesellschaft zur Verfügung (Gerbner & Gross, 1976b). Anstatt also diese Orte samt ihren realen Bedingungen und Abläufen zu observieren, fungieren die Fernseh-Darstellungen als Repräsentanten der realen Welt. Gerbner und Gross stellen dar, dass es in der Entwicklung vor allem für Kinder und Jugendliche oder weniger gebildete Erwachsene zur Normalität geworden sei, mehrere Stunden am

Tag fernzusehen und sich besonders solche Teile der Gesellschaft schneller von Sensation und Mythen begeistern ließen. Gerbner stellt sogar die These auf, die Kirche sei in ihrer Beziehung zum Staat „replaced by the new symbiotic relationship of state and television“ (Gerbner, 1998, S.176).

In der Kultivierungsforschung haben sie damit zwei methodische Vorgehensweise miteinander verbunden: Den ersten Schritt stellt eine Inhaltsanalyse der Fernsehrealität dar, die sie Message-System Analysis nennen¹. Es wird erhoben, welcher Realität Personen, die regelmäßig fernsehen über die ihnen vermittelten Inhalte ausgesetzt sind. Dazu untersuchten sie zunächst dramatische Programme wie Serien oder Fernsehfilme, da sie diese als am allgegenwärtigsten und lehrreichsten ansahen. Diese Inhalte stellten den Kern der symbolischen Welt dar, die Gerbner und Gross versuchten zu untersuchen. Die Analyse berücksichtigte alle relevanten und aussagekräftigen Dynamiken und Konturen der Fernsehrealität, darunter ihre Geographie, Demographie, thematischen Schwerpunkte, zeitlichen Abläufe, die Umgebung oder Persönlichkeitsprofile der Figuren oder Darsteller:innen.

Der zweite Schritt stellt dann basierend auf dieser Einschätzung der Fernsehrealität die Kultivierungsanalyse dar. Dabei wird überprüft, was die Zuschauer:innen von dem Gesehenen tatsächlich mitnehmen: „Cultivation analysis, as we call that method, inquires into the assumptions television cultivates about the facts, norms, and values of society“ (Gerbner & Gross, 1976, S. 182). In einer nun quantitativen Befragung wurden den Proband:innen Fragen über die soziale Realität gestellt – zu ihrer Beantwortung gab es dabei sowohl eine „television answer“ (S. 182) wie Gerbner und Gross sie nennen, und eine *normale* Antwort. Die Fernseh-Antwort ist so formuliert, dass sie die Eindrücke, die über das Fernsehen übertragen werden, wiedergibt; die andere ist in genau die gegensätzliche Richtung orientiert und näher an der tatsächlich und im alltäglichen Leben beobachtbaren Realität. Die Antworten wurden anschließend zwischen jenen Personen verglichen, die viel oder wenig fernsehen, kontrolliert für Variablen wie Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und weitere. Als Ergebnis bleibt das sogenannte Kultivierungsdifferential (cultivation differential): Die Spanne zwischen den Viel- und Wenigseher:innen, die (innerhalb

und zwischen den Gruppen) die *Fernseh-Antwort* nannten. Dieses Differential lässt darauf schließen, welche soziale Realität durch das Fernsehen tendenziell kultiviert wird².

Im Prozess fokussieren sich Gerbner und Gross dabei auf die Darstellung von Gewalt durch das Fernsehen. Sie spielt in der konstruierten Fernseh-Welt eine Schlüsselrolle als einfaches Mittel zur Demonstration von Macht (Gerbner & Gross, 1976, S. 183). Vor allem die offensichtliche Darstellung in der „symbolic world“ (S. 183) des fiktionalen Fernsehens mache solche Taten sichtbar, die in der Realität oft verdeckt blieben. Als „*The Violence Profile*“ (Gerbner & Gross, 1976, S. 184) betiteln sie abschließend ein Set an Indikatoren, die verschiedene Aspekte der Fernsehrealität, und der darüber kultivierten Vorstellungen der sozialen Wirklichkeit, aufzeigen: (1) Die Programmrends, (2) ein Violence Index zur spezifischen Messung von Gewalt und (3) strukturelle Charakteristika der Fernseh-Realität, die Aufschluss über die sozialen Beziehungen geben, werden im ersten Schritt mittels der Message-System Analysis erhoben. Der vierte Indikator stellt das Kultivierungsdifferential als Ergebnis der Kultivierungsanalyse dar.

Ihre Ergebnisse zeigen, dass Vielseher:innen beispielweise die Gefahr, Opfer einer Gewalttat zu werden, höher einschätzen als Wenigseher:innen. Das Fernsehen kultiviere somit die Gewaltwahrnehmung sowie Annahmen über andere Aspekte der sozialen Realität, die zu sozial verbreiteten und funktionalen Mythen passen.

2.1.3 Kritik

Seit der Veröffentlichung der ersten Kultivierungsstudien durch Gerbner und seine Kolleg:innen in den 1970er Jahren hat ihr Vorgehen vielerseits Kritik erfahren. Diese bezieht sich sowohl auf das methodische Vorgehen als auch auf inhaltliche Schwerpunkte des Konzepts, wie zentrale Annahmen und die Definition zentraler Konstrukte. Im Folgenden sollen die wichtigsten Kritikpunkte erörtert und eingeordnet werden, um darauffolgend die von Gerbner entgegneten Antworten und die daraus entstandenen Weiterentwicklungen der Kultivierungsforschung zu

² Als Teil des Paradigmas der kulturellen Indikatoren stellt die Kultivierungsanalyse dabei den dritten Teil nach der Analyse der institutionellen Prozesse und der Nachrichtensysteme dar (Morgan & Signorelli, 1990).

diskutieren. Die wesentlichen Punkte stellen dabei jene dar, die für die Entwicklung der Theorie und Erhebung der Effekte relevant sind.

2.1.3.1 Kritik zum methodischen Vorgehen

Eine der prominentesten Kritiken zum methodischen Vorgehen stammt von James Potter (1994), der zahlreiche Kritikpunkte erhebt. Vor allem hinterfragt er, wie die Medienexposition sowie die kultivierten Wahrnehmungen gemessen und die Beziehung zwischen Medienkonsum und Wahrnehmung getestet werden (Potter, 1994). Er sammelte dazu die Ergebnisse und Vorgehensweisen der vergangenen Arbeiten zur Kultivierungsforschung und verglich die teils unterschiedlichen Vorgehensweisen miteinander. Aus seinen Begründungen lassen sich die folgenden vier thematischen Einheiten ableiten: Die Erhebung der Medienexposition, die Messung der Kultivierungs-Indikatoren, die unterstellte Kausalität und die Effektstärken.

Erhebung der Medienexposition

Den ersten kritischen Punkt sieht er in der Erhebung der X-Variable – der Exposition der Medien. Diese wurde in Kultivierungsstudien zuvor in der Regel entweder mittels der konkreten Stundenanzahl am Tag oder in der Woche im Durchschnitt (z.B. Signorelli, 1990; Morgan, 1983) oder einer für Potter ungenaueren Skala gemessen, die von „fast niemals“ bis „fast immer“ reicht (z.B. Allen & Hatchett, 1986; Carlson, 1983). Auf dessen Basis ergebe sich eine kontinuierliche Verteilung der Medienexposition, die Gerbner laut Potter mit der Unterteilung in Viel-, Mittel- und Wenigseher:innen-Gruppen in diskrete Kategorien aufteilt. Diese Unterteilung wird von Gerbner selbst jedoch nicht anhand fester Schwellenwerte (in Form von Stunden) festgelegt, weshalb auch hier die Forschenden unterschiedlich vorgehen. Für Potter stellt dies ein erhebliches Problem dar, da er die Beziehung zwischen Medienexposition und Kultivierung im Gegensatz zu Gerbner als nicht linear betrachtet und daher die Schwellenwerte zwischen den drei Gruppen als ausschlaggebend für statistische Tests und Ergebnisse sieht. Wer als Wenig- oder Vielseher:in betrachtet wird, könnte demnach die Ergebnisse in Bezug auf die Kultivierungseffekte erheblich beeinflussen. Statt diese Schwellenwerte in verschiedenen Kultivierungsstudien unterschiedlich zu definieren, appelliert Potter, den Verlauf der Beziehung zwischen Exposition und Kultivierungsgrad der

Befragten mittels diverser Schnittpunkte graphisch darzustellen. Auch Hirsch (1980) forderte deshalb, mehr als nur drei Gruppen zu bilden und zeigt in seiner Studie, dass kein streng linearer Zusammenhang festgestellt werden konnte.

Messung der Kultivierungs-Indikatoren

Weiter wendet sich Potter (1994) der Messung der verschiedenen Indikatoren³ für die Kultivierung zu, am relevantesten ist dabei die der Wahrnehmung der Rezipient:innen. In den Ursprungsstudien wird die Wahrnehmung der Realität durch eine Auswahl an Fragen erhoben, die sich auf die geschätzte Wahrscheinlichkeit bestimmter Ereignisse beziehen. Die Antwortmöglichkeiten wurden dabei allerdings von Gerbner und Co. in nur zwei Antworten (der *Fernsehantwort* und der *normalen Antwort*) vorgegeben, was häufig bemängelt wird. Besonders kritisiert wird dabei außerdem die unpräzise Formulierung dieser Antwortmöglichkeiten, die nicht zu der zuvor spezifisch erhobenen Fernsehrealität passe (Potter, 1994). Deshalb wird beispielsweise auf offene Fragen oder Skalen mit deutlich mehr Items als Möglichkeit verwiesen, die Wahrnehmung über die Realität der Befragten besser darstelle und gleichzeitig einer breiten Streuung vorbeuge (Rossmann 2008).

In den späteren Kultivierungsstudien von Gerbner selbst wurde die Wahrnehmung der Realität oder auch der Grad an Kultivierung häufig mit einem Index gemessen, der als Kultivierungsindex oder später als *Mean World Index* bezeichnet wird (Gerbner et al., 1980; Gerbner et al., 1981)⁴ und aus drei bis viel Items besteht. Wie bereits beschrieben, setzen diese Indizes oftmals die Antwortmöglichkeiten voraus und es ist nicht genauer erklärt, wie sie sich zusammensetzen: „We are left to assume that [...] a score of 4 would indicate a perfect selection of television world answers and therefore provide maximum evidence of cultivation“ (Potter, 1994, S. 15). Tatsächlich werden in vielen Kultivierungsstudien niedrige Cronbach's Alpha Werte trotzdem unkommentiert als reliabel angesehen, obwohl die interne Konsistenz eigentlich nicht besteht (z.B. Signorelli, 1990; Gerbner et al., 1980). Wichtig sei nachzuweisen, dass die Items eines solches Indexes in der Tat dasselbe Konstrukt messen, um die gegebenen „Fernseh-Antworten“ auch auf den Fernsehkonsum zurückführen zu können (Potter, 1994).

³ Im Detail sind diese die Einschätzung der Rate an Gewalttaten, die Wahrnehmung oder Sicht auf die Welt, die Einstellungen, die Gefühle und die Wertevorstellungen der Rezipient:innen (Potter, 1994).

⁴ Genau beschrieben wird dieser im folgenden Unterkapitel zu den Weiterentwicklungen der Kultivierungsforschung.

Kausalität

Einen der wohl größten methodischen Kritikpunkte erfährt die Kultivierungsthese durch das angewandte Querschnittsdesign und die Voraussetzung eines Kausalschlusses. Die Erfassung der Fernsehrealität und deren Wahrnehmung durch die Rezipient:innen zu nur einem gewissen Zeitpunkt lasse nicht zwingend Rückschlüsse auf einen kausalen Zusammenhang zwischen beiden zu (Doob & Macdonald, 1979 nach Rossmann, 2008). Laut Potter muss die Wirkung der Ursache des Effekts vorausgehen, was in der Kultivierungsforschung nicht gewährleistet sei (Potter, 1993). Rossmann erklärt dies anhand des Beispiels von ängstlichen Menschen, die aus ihrer Furcht heraus weniger das Haus verlassen und dadurch auch mehr fernsehen – nicht etwa andersherum. Anders auch Minnebo (2002), der beschreibt, dass ängstliche Menschen mehr Sendungen mit hohem Gewaltanteil wie Kriminalgeschichten schauen, um ihre Angst zu bewältigen oder sich abzulenken, da in der Regel *Das Gute* gewinne. Ebenso könne der Grund für die auftretenden Effekte auch das selektive Nutzungsverhalten von Rezipient:innen sein (Potter, 1993). Außerfrage steht für Kritiker:innen, dass es zusätzliche Einflüsse geben muss, die jeweils unterschiedliche Kultivierungseffekte und -muster ergeben. Erklärt werden diese Phänomene mit der Kultivierungsthese jedoch nicht, auch stünden sie teils in direktem Kontrast zu den Aussagen und Annahmen der Theorie (Potter, 1993). Einen Test, der die Richtung der Effekte ermittelt, gebe es nicht.

Umso wichtiger sei es in diesem Zusammenhang auch, mit Kontrollvariablen Einflüsse wie Alter oder Bildung zu überprüfen. Dies sei zwar von Gerbner durchaus gemacht worden, die Ergebnisse seien jedoch nicht konsistent (Rossmann, 2008).

Effektstärke

Insgesamt wird kritisiert, dass in der Kultivierungsforschung oftmals nur sehr kleine oder überhaupt keine Kultivierungseffekte gemessen werden. Es wird sogar teilweise davon ausgegangen, dass die Stärke der Effekte auch in sozialwissenschaftlichen Standards nicht ausreiche, um vom Fernsehen als Prädiktor von Kultivierung von Weltanschauungen und Einstellungen auszugehen (Potter, 1994; Hirsch, 1980). Die Ergebnisse Gerbners und seiner Kolleg:innen

würden zeigen, dass regelmäßig nur ein kleiner Teil der Varianz durch die Expositions-Variable erklärt werde (Potter, 1994).

Wie Rossmann (2008) zusammenfasst, wird daher sowohl methodisch als auch in Bezug auf die konzeptuellen Perspektiven eine andere Herangehensweise gefordert, die andere Wirkungsmuster besser erklären (Rossmann, 2008 nach Potter 1991). Erklärbar seien diese kleinen Effekte auch durch die laut Potter (1993) falsche Annahme symmetrischer Zusammenhänge zwischen Medienkonsum, Weltanschauung und Wahrnehmung. Ebenso sei auffällig, dass je nach untersuchten Metabotschaften durch die Medien teils positive oder negative Effekte gemessen werden; immer in Abhängigkeit davon, wie verbreitet das jeweilige Thema in der Gesellschaft tatsächlich ist und wie häufig es im Alltag der befragten Personen vorkommt (Rossmann, 2008). Außerdem habe nicht nur die reine Häufigkeit der konsumierten Inhalte einen Effekt auf die Wahrnehmung der Rezipient:innen, sondern ebenso solche, die besonders auffällig sind. Das Fernsehen sei entgegen der Hypothese der Kultivierungsforschung keine hinreichende Bedingung für einen Kultivierungseffekt. Ein hoher Fernsehkonsum sei für einen solchen Effekt essentiell, reiche aber nicht aus, um ihn vollständig zu erklären, da es bei kleinen Effektstärken auch Personen gebe, die keine Kultivierungseffekte zeigen (Potter, 1993; Rossmann, 2008). Bei der Kontrolle von Drittvariablen wird der gemessene Kultivierungseffekt außerdem in der Regel nochmals geringer oder nicht konsistent (Potter, 1994). Für die Kritiker:innen mache dies umso deutlicher, „dass neue Denkansätze vonnöten sind, die solche Anomalien zu erklären vermögen“ (Rossmann, 2008, S. 52).

2.1.3.2 Kritik zu Grundannahmen und Interpretationen

Einen weiteren großen Teil der Kritik an der Kultivierungsforschung stellen grundlegenden Konstrukte und Interpretationen dar, die Gerbner und seine Kolleg:innen voraussetzen und auf dessen Annahme sie das Konzept der Kultivierung aufbauen. Eine der zentralen Annahmen stellt Newcomb (1978) in Frage: Er bezweifelt, dass davon ausgegangen werden kann, dass jede/r Rezipient:in dieselben Botschaften aus den konsumierten Fernsehhalten mitnehme. Einerseits gebe es neben der von Gerbner analysierten Fernsehbotschaft noch weitere und andererseits müsse diese nicht von allen Personen in gleichem Maße interpretiert werden. Neben der nicht einheitlichen

Interpretation der Fernsehbotschaften sieht er dieses Problem ebenso in der fehlenden Einheitlichkeit in der Definition weiterer zentraler Konstrukte, wie der von Gewalt. Beides sei in der anschließenden Kultivierungsanalyse problematisch, da diese auf die zuvor definierten Konstrukte und sich daraus ergebenen Einheiten aufbaut (Newcomb, 1978). Rossmann (2008) entgegnet dazu in ihrer Zusammenfassung der Kritik jedoch, dass besonders für Forschende in den Sozialwissenschaften immer das Problem bestehe, theoretische Konstrukte nicht vereinheitlicht messen oder definieren zu können. Um wissenschaftlich arbeiten zu können, müsse sich daher auf einen „Grundkonsens an Bedeutungszuweisung“ (S. 33) geeinigt werden, der durch erarbeitete Definitionen und Operationalisierungen entsprechend ergänzt werde. Als mögliche Anpassung verweist auch Newcomb an dieser Stelle auf eine Unterscheidung der Kultivierungseffekte in Genre- oder Sendungsebene, anstatt den gesamten Medien- oder Fernsehkonsum zu untersuchen, um die Annahme einer konsistenten und übergreifenden Fernsehbotschaft zu legitimieren (Newcomb, 1978). In diesem Zusammenhang verweist er außerdem auf qualitative Erhebungsmaßnahmen, die im Vergleich zu quantitativen Befragungen die bessere Methode zur Erhebung komplexer Informationen seien.

2.3.2 Weiterentwicklungen und Antworten Gerbners

Gerbner und seine Kolleg:innen sehen selbst den relevantesten Kritikpunkt an ihrer Arbeit in der Messung des Kultivierungsdifferentials und der Erhebung der Expositionsvariable (Gerbner & Gross, 1976). Die Unterscheidung in Viel-, Mittel- und Wenigseher:innen sei problematisch, da sich diese auch aus Gründen, die nicht mit der Analyse gemessen werden, voneinander unterscheiden können. Sie betonen allerdings, dass das Fernsehen über mögliche einfließende Effekte hinaus geht und einen separaten großen Teil zum Formen der Konzeptionen sozialer Realität beiträgt. Ein Beispiel, das sie anführen, ist die Analyse von Ergebnissen, die zwischen der Fernseh-Antwort und der realen Antwort nach Bildungsgrad differenzieren. Dabei stellen sie fest, dass Personen mit einem höheren Bildungsabschluss zwar seltener die Fernseh-Antwort wählten als andere, dieser Effekt jedoch durch einen hohen Fernseh-Konsum dieser abgeschwächt worden ist. Innerhalb der Bildungsgruppen war immer noch zu erkennen, dass Vielseher:innen häufiger mit der Fernseh-Antwort antworteten als Wenigseher:innen, was Gerbner und Gross als generelles Muster der Kultivierung einer Fernsehrealität über alle

Kontrollvariablen hinweg betrachten. Auch Rossmann stimmt in ihrer Kritik den Überlegungen Gerbners zu, dass absolute Grenzen zwischen den Sehergruppen vor dem Hintergrund verschiedener Altersgruppen keinen Sinn ergebe. Die Gruppierung helfe den Effekt zu illustrieren, die daraus entstehenden Probleme könnten jedoch mit dem Ersetzen durch eine metrische Variable gänzlich umgangen werden (Rossmann, 2008; Gerbner et al., 1981). Wichtig sei vor allem, die grundlegenden Unterschiede zwischen den Leveln an Exposition darzustellen, auch ungeachtet davon, ob die Beziehung als linear betrachtet wird und, wie viel präzise pro Tag konsumiert wird. Dabei geht Gerbner ebenso auf die schwache Effektstärke und kleinen Varianzen ein, betont jedoch, dass diese in seinen Untersuchungen jedenfalls immer signifikant gewesen seien (Gerbner et al., 1981).

2.3.2.1 Resonanz- und Mainstreamingtheorie

Als Antwort auf die methodische Kritik entwickelten Gerbner und sein Team die Theorie weiter und differenzierten sie in die Resonanz- und die Mainstreamingtheorie (Gerbner et al., 1978; Gerbner et al. 1981). In „Violence Profile 9“, der Weiterentwicklung ihrer Forschung zu kulturellen Indikatoren kommen sie unter anderem zu dem Ergebnis, dass das Fernsehen eine unterschiedliche Wirkung auf verschiedene soziale Gruppen und deren Wahrnehmungen hat (Gerbner et al., 1978). Über diese unterschiedlichen Effekte bleibe jedoch eine konstante Beeinflussung in Richtung der Fernsehrealität bestehen. Auch sie gestehen die Tatsache ein, dass es (1) neben dem reinen TV-Konsum weitere Einflüsse gibt, die die Kultivierungseffekte stärken oder schwächen können und erkennen (2) ebenfalls ein bestehendes Muster zwischen hohen Fernsehkonsum und einhergehenden Faktoren wie niedrigerer Bildung, fehlender Mobilität oder größerem Angstempfinden. Sie beschreiben einen hohen Fernsehkonsum folglich als „a part and parcel of a complex syndrome“ (Gerbner et al., 1978, S. 194). Die Resonanztheorie beschreibt darauf aufbauend das Phänomen eines verstärkten, resonierenden Kultivierungseffekts durch bestimmte Aspekte des Alltags der Rezipient:innen (Gerbner et al., 1980). Beispielweise steige die Einschätzung über Verbrechensraten und der Konsum, wenn Befragte in Gegenden mit hohen Aufkommen von Verbrechen leben (Gerbner et al., 1980; Morgan et al., 2015). Die Mainstreaming-Theorie bezieht sich hingegen auf die schwächende Wirkung von Kultivierungseffekten durch erhöhten Fernsehkonsum durch eine fortschreitende Homogenisierung (Gerbner et al., 1980). Dabei geht es vor allem

um Ansichten oder Verhaltensweisen, die auf andere äußere Einflüsse zurückzuführen sind und durch einen hohen Fernsehkonsum geschwächt oder gänzlich außer Kraft gesetzt werden (Morgan et al., 2015; Gerbner et al., 1980). So würden bestimmt soziale Gruppen, die normalerweise ein ähnliches Weltbild teilen oder dieselben Merkmale aufweisen, sich in diesen durch den Fernsehkonsum unterscheiden. Dieser *Mainstream* einer wiederholten Darstellung gleicher Inhalte sorge dafür, dass sich einerseits Gruppen untereinander unterscheiden oder unterschiedliche Gruppe angleichen (Morgan et al., 2015). Für Gerbner stellt der Mainstreaming-Prozess somit die „theoretical elaboration and empirical verification of television's cultivation of common perspectives“ (Gerbner, 1998, S. 183) dar.

2.3.2.2 Ausdifferenzierung zentraler Variablen

Unterscheidung zwischen Effekten 1., 2. und 3. Ordnung

Auch in Bezug auf zentrale Variablen der Kultivierungsforschung wurde in den folgenden Jahren das Vorgehen ausdifferenziert. So wird heute bezogen auf die unabhängige Variable der Kultivierung von Effekten erster, zweiter oder dritter Ordnung gesprochen (Nitsch, 2016; Nabi & Sullivan, 2001). Diese Unterscheidung bezieht sich auf die konkrete Art der Veränderung durch den Medienkonsum oder anders gesagt auf das, was kultiviert wird. Effekte erster Ordnung beziehen sich auf die Realitätsvorstellungen, wie der veränderten Wahrnehmung von Rezipient:innen. Diese Effekte gleichen so dem, was Gerbner in seinen Anfangsstudien über die Wahrnehmung von Häufigkeitsverteilungen von Gewalttaten untersuchte. Beurteilungen durch Kultivierungseffekte erster Ordnung entstünden dabei heuristisch und auf Basis von sofortigen Eindrücken (Morgan et al., 2015).

Weiter betreffen Effekte zweiter Ordnung die Änderung in den Einstellungen. Zu diesen Effekten zählen auch jene über eine zunehmend negative verzehrte Weltsicht, wie sie von Kultivierungsforschenden später als Mean World Syndrome bezeichnet wird (Morgan et al., 2015). Im Gegensatz zu den Effekten erster Ordnung werden sie über den Zeitraum des Fernsehens aktiv gebildet, indem die konsumierten Informationen verarbeitet werden. Unter ihnen werden teilweise ebenfalls Veränderungen von Verhaltensweisen zusammengefasst – andere kategorisieren diese getrennt als Effekte dritter Ordnung (Nabi & Sullivan, 2001). Bestätigt wurden solche Effekte auf das Verhalten von Rezipient:innen seither beispielsweise in Bezug auf ihre politische Beteiligung (Wünsch et al., 2012) oder

Schutzmechanismen als Resultat von erhöhter Gewaltwahrnehmung (Segrin & Nabi, 2002; Nabi & Sullivan, 2001). Effekte dritter Ordnung treten demnach in der Regel als eine Folge von Effekten erster Ordnung auf.

Der Mean World Index

Bereits zu Beginn der Kultivierungsforschung beschrieben Gerbner und Gross, dass gemessene Kultivierungseffekte vielleicht nicht direkt durch den Fernsehkonsum zustande kommen. Sie sprechen damit das Konzept einer mediierenden Variable an, die durch eine hohe Medienexposition bedingt wird: Das Fernsehen verstärke oder fördere bestimmte Ansichten über die Welt (Gerbner & Gross, 1976b). Sie betonen, dass der Effekt des Fernsehens nicht nur anhand der direkten Verhaltensveränderungen gemessen werden sollte, sondern auch anhand des Grades an Kultivierung bestimmter Ansichten über die Welt (Gerbner & Gross, 1976b). Diese Weltanschauung haben sie mit Fragen darüber erhoben, wie gefährliche die Menschen die Welt wahrnehmen und wie sehr sie ihren Mitmenschen vertrauen. Sie konkretisieren diese Fragen im Verlauf ihrer Arbeiten und fassen sie später unter dem *Mean World Index* zusammen (Gerber et al., 1980; Gerbner et al., 1986). Der Index besteht in der Regel aus drei Fragen über die Weltanschauung in Bezug auf Gewalt und Sicherheit der Rezipient:innen und orientiert sich an der „Faith in People Scale“ nach Rosenberg (1957). Der Index wurde ab den 1980er Jahren standartmäßig in der Kultivierungsforschung von Gerbner und seinen Kolleg:innen eingesetzt (Gerbner et al., 1980). Konkret fragen sie ab, zu welchem Grad Personen denken, dass

- (1) die meisten Personen nur auf sich selbst bedacht sind.
- (2) man nicht vorsichtig genug im Umgang mit anderen sein kann.
- (3) die meisten Menschen sie ausnutzen würden, wenn sie die Chance dazu hätten. (Gerbner et al., 1980; Signorelli, 1990).

Solche negativen Verzerrungen der Weltanschauung zählen damit zu den Kultivierungseffekten zweiter Ordnung und werden von Gerbner als *Mean World Syndrome* beschrieben, welches bei Vielseher:innen auftrete (Gerbner et al., 1986). Damit sind also keine Vermutungen darüber gemeint, wie vertrauensvoll oder bösartig die Welt *tatsächlich* ist – was ohnehin nicht statistisch messbar sei – sondern stelle einen symbolischen Indikator dafür da, was Vielserher:innen von

hohen Fernsehkonsum von diesem mitnehmen (Gerbner et al., 1986; Morgan et al., 2015). Für ein besseres Verständnis machen Gerbner et al. (1986) dies anhand des Beispiels der Unterrepräsentation von Frauen im Fernsehen deutlich: Diese habe sehr wahrscheinlich keine Kultivierungseffekte erster Ordnung auf Rezipient:innen, die davon ausgehen, dass es weniger Frauen als Männer in der realen Welt gibt. Vielmehr entstehe so der Eindruck von Abwertung oder Restriktion, was die Kultivierung von Effekten zweiter Ordnung wie traditioneller Geschlechterrollen unterstütze (Gerbner et al., 1986; Morgan et al., 2015). In diesem Zusammenhang wird von dem Unterschied zwischen Realismus und wahrgenommenem Realismus als „critical component in understanding cultivation“ (Morgan et al., 2015, S. 684) gesprochen. Die Messung der einstellungsbezogenen Konstrukte, wie dem Mean World Syndrome, unterscheide sich damit gezielt von der Erhebung der Kultivierungseffekte erster Ordnung durch die bewertende Komponente (Nabi & Sullivan, 2001).

Die Ausdifferenzierung der Medien-Exposition

Weiter wurde auch die unabhängige Variable ausdifferenziert, indem sich in den Folgejahren der Kultivierungsforschung anstatt auf den gesamten Medien- oder Fernsehkonsum ebenso auf genrespezifische Effekte fokussiert worden ist. Die aktuellere Forschung bezieht darüber hinaus immer häufiger auch Moderator-Variablen, wie das Involvement der Rezipient:innen, mit ein, die Kultivierungseffekte potenziell verstärken oder abschwächen können (Nitsch, 2016; Rossmann, 2013). Genauer soll auf diese im folgenden Abschnitt anhand des aktuellen Forschungsstandes in Bezug auf Kultivierungseffekte durch Nachrichten und durch die Nutzung sozialer Medien eingegangen werden.

2.1.4 Anwendung auf Nachrichten

Mittlerweile wurden die Annahmen Gerbners auch auf andere Medienformen übertragen und besonders viele Forschende beschäftigen sich neben den Effekten fiktionaler Fernseh-Dramen auch mit denen von Nachrichten (z.B. Nabi & Sullivan, 2001; Holbert et al., 2004; Goidel et al., 2006; Rosenberger et al., 2021; Lueck et al., 2021; Kothur & Pandey, 2023). In diesem Kapitel soll diskutiert werden, ob die Kultivierungsthese auch auf einzelne Genres wie z.B. die Nachrichten gesondert angewendet werden kann und, ob eine solche fokussierte Betrachtung unter

Berücksichtigung möglicher Effekte sinnvoll erscheint. Dafür wurden die folgenden Kriterien aufgestellt: (1) Konsistente Botschaften, (2) Art der vermittelten Inhalte und (3) Veränderung der Medienlandschaft.

Konsistente Botschaften

Kritisiert wird die Übertragung vor allem in Bezug auf die konsistenten Botschaften, die Gerbner und Kolleg:innen in der Gesamtheit der Fernsehinhalte sehen: Herman et al. (2023) merken beispielsweise an, dass das Fernsehen durch erheblich mehr fiktionale Inhalte geprägt ist, die in der Kultivierungsforschung durch das *Storytelling* des gemeinsamen Bildes der Realität im Fokus stehen (S. 2495). So bezeichnet Gerbner das Fernsehen selbst als ein „centralized system of story-telling“, das verschiedene Inhalte wie Drama, Werbung und Nachrichten zu einem kohärenten System zusammenbringe (Gerbner, 1998, S. 177). Damit schließt er auch die Nachrichten mit in die Gesamtheit der Fernsehrealität ein. Grundsätzlich geht er dabei nicht davon aus, dass jeweils *nur* die Nachrichten oder *nur* Inhalte wie Action-Programme für Kultivierungseffekte ihrer Rezipient:innen in Bezug auf Gewalt-Wahrnehmung verantwortlich sind (Gerbner et al., 2001). Jedoch zählt er explizit die Nachrichten in der Gesamtbetrachtung zu jenen Inhalten, die ein ähnliches Erzählverhalten über Gewalt wie fiktionale Inhalte aufweisen (Gerber et al., 2001). Es kann also durchaus vermutet werden, dass die Botschaften – besonders zu Themen wie Gewalt – auch ohne fiktionale Inhalte durch Nachrichten in einem kohärenten und wiederkehrenden Rhythmus übermittelt werden.

Dafür spricht einerseits die Tatsache, dass Nachrichten (in TV und Print) zum alltäglichen Leben der Gesellschaft gehören und beispielsweise besonders Österreich als Mainstream-Inhalte etabliert sind (Arendt, 2010). Vor allem Lokalnachrichten seien Teil des Alltags ihrer Rezipient:innen und die berichteten Ereignisse würden von ihren Rezipient:innen als realistisch angesehen (Rubin et al., 1985). Aber auch überregionale Berichte können relevant sein, besonders wenn es um Themen wie Gewalt, Konflikte oder Kriege geht, da die Gesellschaft besonders in Krisenzeiten in einem besonderen Maß auf Informationen durch Nachrichten angewiesen sei und aktiv nach ihnen suche (Hermann et al., 2023). In Bezug auf die Kultivierungsforschung führt das regelmäßige Konsumieren von Inhalten über einen langen Zeitraum zu einer kontinuierlichen Exposition was nach Shrum (1996) folglich auf den Konsum von Nachrichten als täglich konsumiertes

Genre übertragen werden kann. Damit kann argumentiert werden, dass sich in der Kontinuität und Beständigkeit der übermittelten Nachrichten durchaus beständige Botschaften ergeben, die die Realität ihrer Rezipient:innen mitbestimmen könnten.

Art der Inhalte

Ergänzend argumentiert wird, dass gerade um konsistenter Ergebnisse zu erhalten, auch zwischen dem generellen Nachrichtenkonsum und *spezifischen* Inhalten unterschieden werden sollte (Perse, 1990; Jaehing et al., 1981). Die Art der Nachrichten, die konsumiert werden, könne je nach Mediennutzungsverhalten und Involvement der Rezipient:innen einen unterschiedlichen Einfluss auf die Effektstärke haben. So wird davon ausgegangen, dass z.B. Kultivierungseffekte in Bezug auf die Wahrnehmung von Gewalt über (lokale) Nachrichten besonders bei denjenigen Personen hoch sind, die aus Entertainmentzwecken mehr solcher Nachrichten konsumieren (Perse, 1990). Gewalt und Konflikte werden besonders häufig in (lokalen) Nachrichten zum Thema gemacht und das Ausmaß von Katastrophen wird durch Bildmaterial graphisch übermittelt, was den Szenen von fiktionalen Fernsehinhälften über Gewalt nahekomme (Perse, 1990; Dominick et al., 1975). Der Grad an Negativität, der in diesen Nachrichten erscheint, werde grundsätzlich nach zwei verschiedenen Dimensionen konzeptualisiert: (a) ob sie sich auf Themen wie Konflikte fokussieren und (b) ob sie in einem negativen Ton berichten (Boukes & Vliegenhart, 2017 nach Lengauer, Esser & Berganza, 2012). Hinzu kommt, dass der Anteil an Berichten über Themen wie Kriege und Konflikte in der Berichterstattung in der Regel hervorsteht (De Smedt et al., 2011; Maier, 2010); insgesamt könnten mehr als 50 Prozent der Nachrichten als sogenannte „*bad news*“ mit Darstellungen von Gewalt, Konflikt und Leid eingestuft werden (Boukes & Vliegenhart, 2017; Johnson, 1996) und im Vergleich zu anderen Fernsehinhälften wurde die Negativität in Nachrichten als 2,5-mal mehr verteilt gemessen (Johnson, 1996). Laut Perse (1990) bieten Nachrichten durch diese erhöhte Darstellung von Gewalt nur wenig Übereinstimmung mit der tatsächlichen Realität, weshalb sie sich als Analyseobjekt für mögliche Kultivierungseffekte eignet. Es gibt sogar Stimmen, die deshalb eine Betrachtung des Gesamtkonsums von Fernsehinhälften dem besonderen Effekt von (lokalen) Nachrichten auf (lokale) Gesellschaftsthemen untergraben (Gross & Aday, 2003, S. 412). Gross und Aday (2003) sehen beispielsweise den Nachrichtenkonsum als größten Einfluss in der

Effektstärke in Kultivierungsprozessen und fordern eine gesonderte Betrachtung zur Erzielung von genauen Ergebnissen. Auch Hawkins und Pingree (1982) stützen sich auf die Spezifikation einzelner Genres (Hawkins & Pingree, 1982; Perse, 1990).

Zwar gehen Gerbner und sein Team nicht davon, dass *nur* die Nachrichten oder *nur* Action-Programme für die Kultivierungseffekte verantwortlich sind, jedoch zählen sie die Nachrichten in der Gesamtheit zu solchen Inhalten, die ein ähnliches Erzählverhalten wie fiktionale Inhalte (in Bezug auf Gewalt) aufweisen (Gerber et al., 2001). Darüber hinaus sprechen Gerbner und Gross (1976) selbst die Vermutung aus, dass ritualisierte Darstellungen von Gewalt, wie sie in Nachrichten über Kriege und Verbrechen vorkommen, eine übertriebene Wahrnehmung von Bedrohung und Gefahr in der Welt kultivieren könnten. Bezogen auf die ursprüngliche Kultivierungsforschung, die sich mit Effekten auf die Wahrnehmung von Gewalt in der Gesellschaft bezieht, macht diese Annahme eines gesamten Medienkonsums – also eines „entire system of messages, in the aggregate“ (Gerbner et al., 2001) – durchaus Sinn. Trotzdem könnte der Fokus der Betrachtung der Kultivierung speziellerer Effekte auch auf bestimmte Inhalte eingegrenzt werden, die zu dieser Weltsicht beitragen und über einen langen Zeitraum hinweg regelmäßig konsumiert werden.

Veränderung der Medienlandschaft und Selektionsverhalten

Dafür spricht auch die heute deutlich differenziertere Medienlandschaft, in der unterschiedliche Inhalte zu unterschiedlichen Arten von Kultivierungseffekten führen können.

Gerbner fokussierte sich in seiner Forschung auf das Fernsehen als Massenmedium und damit „primary common source of socialization and everyday information“ (Gerbner et al., 2001, S. 3). Als zentrales System für Storytelling stellte das Fernsehen in den 1960er und 70er Jahren die primäre Quelle für Entertainment und Information dar, was Gerbner als ideales Zusammenspiel für die Vermittlung einer Realität sieht, die nicht der tatsächlichen entspricht (Gerbner et al., 2001). Massenproduzierte Botschaften wurden so durch ein einzelnes, dominierendes Medium verbreitet und somit ebenfalls durch eine limitierte Anzahl von Eigentümern kontrolliert (Kenski & Jamieson, 2014). Was zählte, war die Prämisse, dass jeder und jede die gleichen Inhalte zur selben Zeit konsumierte und auch die wenigen

individuellen Programme in Summe ein kohärentes Bild abgaben (Hermann et al., 2023). Vielseher:innen wurden demnach zwangsläufig fundamentalen Botschaften ausgesetzt, die über die Gesamtheit des Fernsehens Bestand hatte (Hermann et al., 2023). Unabhängig von Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Bildung, Ethnie oder Religion führen diese Botschaften zu einem Mainstreaming-Effekt, durch den Vielseher:innen aus sonst stark voneinander abweichenden gesellschaftlichen Gruppen ähnliche Ansichten über Ausschnitte der sozialen Realität teilen (Hermann et al., 2023; Gerbner et al., 1980).

Heute ist der Zugang zu Inhalten aller Art dagegen stark vereinfacht und vielfältiger; Zuschauer:innen können zwischen einer Vielzahl an Programmen, Formaten und Sendern wählen, was sie konsumieren und wann sie dies tun. Ungebunden von festen Sendezeiten, Orten und Geräten ist die Möglichkeit zur Selektion erheblich gestiegen und „the dominant media voice has given way to media as menu and consumer as creator“ (Kenski & Jamieson, 2014, S. 601). Es kann demnach die Frage danach gestellt werden, inwiefern *stable messages* nach Gerbners Verständnis in dieser Medienlandschaft überhaupt noch möglich sind. Auf der anderen Seite bleibt jedoch auch zu hinterfragen, inwieweit die Erhebung eines gesamten Medieneffekts – besonders durch das Fernsehen – in einer Zeit noch Sinn hat, in der es eine Vielzahl an massenmedialen Angeboten gibt und das Fernsehen längst keine dominierende Position zwischen ihnen mehr einnimmt. Besonders mit Angeboten, die sich an bestimmte Teile der Gesellschaft (wie z.B. aufgeteilt nach Altersgruppen oder Nutzungsverhalten) richten, ist es schwieriger, von konsistenten Botschaften auszugehen, die *alle* erreichen. Zwar steigt der Anteil der Senior:innen, die regelmäßig digitale Medien nutzen, stetig, jedoch bleiben klassische Medien wie das Fernsehen in dieser Altersgruppe am relevantesten (Initiative Markt- und Sozialforschung e.V., 2021; Morgan, Shanahan & Signorelli, 2015, S. 688). Im Gegensatz dazu liegt die Nutzung digitaler Medien bei Jugendlichen seit 2007 bei über 90 Prozent und zeigt eine stetige Dominanz (Initiative Markt- und Sozialforschung e.V., 2024). Insgesamt trügen die klassischen Medien wie das Fernsehen damit zu einer Homogenisierung durch Kultivierung bei, wobei von neuen Medien wie Social Media eher von einer Fragmentierung durch eine Vielzahl an mehr personalisierten Inhalten ausgegangen wird (Hermann et al., 2023).

Was also unabhängig des gewählten Mediums zählt, ist die Botschaft, die zu einem bestimmten Teil der sozialen Realität verbreitet wird. Nachrichten stellen dabei einen Teil der Inhalte dar, die über alle massenmedialen Formate und über Grenzen wie das Alter hinweg konsumiert werden (Newman et al., 2024). So nennt die Mehrheit der Befragten des jährlichen Digital News Report des Reuters Institut 2024 Plattformen wie die sozialen Medien als Hauptzugang zu Online-Nachrichten (Newman et al., 2024); wobei der Bezug der Nachrichten deutlich fragmentiert ist: Sechs verschiedene Plattformen erreichten im vergangenen Jahr mindestens zehn Prozent aller Befragten⁵ (Newman et al., 2024). Es bleibt also davon auszugehen, dass insbesondere Nachrichten Inhalte darstellen, die über alle Medientypen hinweg bezogen werden und immer ein konsistentes Bild ihrer Realität abgeben – egal wo, wann und worüber sie konsumiert werden.

In Bezug auf die Kultivierungsthese kann angenommen werden, dass Nachrichten ein geeignetes Untersuchungsobjekt auf mögliche Kultivierungseffekte darstellen, vor allem in Bezug auf die Wahrnehmung von Gewalt und Konflikt, wie bereits Gerbner vermutete. Insgesamt bieten sie konsistente Botschaften einer gewaltvollen und bösartigen Welt im Sinne des Mean World Syndroms. Es lässt vermuten, dass die Wirkung über die Fragmentierung der heutigen Medienlandschaft hinaus geht.

2.1.5 Anwendung auf soziale Medien

Nicht nur der Fokus von genrespezifischen Kultivierungseffekten wie bei Nachrichten, auch Plattform-bezogene Untersuchungen sind mittlerweile etabliert. Vor allem seit dem Aufkommen von sozialen Medien und einem diversen digitalen Angebot wächst die Zahl an Studien, die sich mit Kultivierungseffekten von Social Media-Plattformen auseinandersetzen (z.B. Herman et al., 2023; Kothur & Pandey, 2023).

Wie bei den genrespezifischen Effekten werden auch diese Erweiterungen der Kultivierungsthese von anderer Seite kritisiert. In diesem Abschnitt soll daher die Frage geklärt werden, ob die Anwendung der Kultivierungsanalyse auch für digitale Inhalte in den sozialen Medien – abseits des Fernsehens – möglich ist. Diskutiert

⁵ Darunter YouTube (31 %), WhatsApp (21 %), Tik Tok (13 %) und X (10 %) (Newman et al., 2024)

wird dies vor dem Hintergrund zweier Aspekte: Der Veränderung des Mediensystems und dem Storytelling über soziale Medien im Vergleich zum Fernsehen.

Veränderung des Mediensystems und Massenmedien

Die bereits bestehende Kritik zu Effekten von Massenmedien bezieht sich darauf, dass die fundamentalen Annahmen aus der Medienwirkungsforschung zu einer Zeit vor dem Fernsehen stammen. Durch das Fernsehen als *das* Massenmedium hat sich die Massenkommunikation und damit auch die Messung ihrer Effekte verändert (Gross & Aday, 2003, S. 411). Die Kultivierungsthese gehört dabei zu den Vorläufern, die einen limitierten Effekt in Frage stellen (Gross & Aday, 2003). Basierend darauf kann zunächst davon ausgegangen werden, dass Veränderung bereits seit Beginn ein wichtiger Pfeiler des Konzeptes der Kultivierung gewesen ist. So argumentieren auch Morgan et al. (2015), dass sich die Grundlage, auf denen die Kultivierungsforschung aufgebaut worden ist, mittlerweile verlagert hat und schließen auch eine Betrachtung von Social-Media-Inhalten unter Kultivierungsaspekten nicht aus (Morgan et al., 2015). Demnach macht es Sinn, zu hinterfragen, wie die Theorie im Zeitalter des Internets weiterentwickelt werden kann.

Die wohl wichtigste Veränderung in Bezug auf Gerbners Annahmen zur massenmedialen Vermittlung von Inhalten ist wohl die Ablösung des Fernsehens als Hauptquelle der Kultivierung durch soziale Medien (Hermann et al., 2020). Einerseits fördert, wie bereits erwähnt, die gestiegene Nutzung digitaler Angebote die Fragmentierung der Inhalte, auf der anderen Seite sei der insgesamte Medienkonsum heutzutage höher als jemals zuvor und die damit einhergehenden Botschaften seien „remarkably resistant“ (Morgan et al., 2015, S. 686). Forschende sprechen in Bezug auf digitale Inhalte auch von einer Annäherung an Gerbners Vorstellungen der Narrative, die im Fernsehen zu sehen sind (Hermann et al., 2023). Weiter gehen Morgan et al. (2015) davon aus, dass die Kernfrage der Kultivierungsforschung danach, was die Gesellschaft von kumulativen Botschaften aufnimmt, in Zeiten von mehr Fragmentierung und weniger kollektivem Bewusstsein wichtiger ist als je zuvor (S. 686). Sie betonen, dass Theorien wie der Kultivierungsansatz stets weiterentwickelt werden müssen, um zu verstehen, wie

das heutige mediale Umfeld die Kultivierung entweder hemmt oder verstärkt. Das Internet sehen sie zwar nicht als neue Version des Fernsehens, erkennen allerdings an, dass das „mass-produced commercial story-telling predominates“ (Morgan et al., 2015, S. 693). Auch wenn es heute mehr Kanäle gibt, sei es ebenso wichtig zu hinterfragen, welche Aussagen und Botschaften über diese vermittelt werden und welches Bild sie schaffen. Das Endgerät, über das diese Inhalte konsumiert werden, sei zwar für die Institutionen relevant, die die Botschaften verbreiten, nicht aber für Kultivierungsprozesse selbst (S. 694). Somit müsse Kultivierung und ihre Weiterentwicklung immer vor dem Hintergrund von Veränderung gesehen werden, was zu ihrer Interpretation von Gerbners Annahmen passt. Er sah die Kultur als ein System aus Botschaften, das soziale Beziehungen reproduziert und reguliert. Diesen Prozess nennt er Kultivierung: „Cultivation, he argued, is what cultures do“ (Morgan, Shanahan & Signorelli, 2015, S. 696 in Bezug auf Gerbner, 1943, S. 143). Insgesamt mache es immer noch Sinn, die neuen „story systems“ (Morgan et al., 2015, S. 695) und ihren Einfluss auf die Kultur unserer Gesellschaft zu untersuchen. Sie gehen sogar davon aus, dass Gerbners Fokus auf dem Fernsehen als dominantes Massenmedium zu gewissen Teilen natürlicherweise zu Stande gekommen ist, wenn die Zeit der Entstehung der Theorie bedacht wird. Trotzdem habe das nie die Wichtigkeit der Geschichten-basierten Konzeption von Medieneffekten generell untergraben (S. 679). In der heutigen fragmentierten digitalen Medienlandschaft sei die kulturelle Rolle, die das Storytelling einnimmt, vielleicht sogar von größerer Relevanz; was zähle, sei die Botschaft, die unterschwellig vermittelt wird. Auch wenn die Art, wie wir Geschichten empfangen und konsumieren, sich verändert hat, habe der Inhalte dieser Geschichten es nicht (S. 686). Sie gehen sogar davon aus, dass manche Inhalte – und damit erzählte Geschichten – in gewissen Schlüsselaspekten heute homogener sind als je zuvor.

Storytelling über soziale Medien

Storytelling passiert also auch über soziale Medien und scheint für die Kultivierungsforschung interessant zu bleiben. Zwar würden bis auf wenige Ausnahmen heute nicht mehr im gleichen Maße dieselben Inhalte zur selben Zeit konsumiert, dennoch hat die Kultivierungsthese *überlebt* (Morgan et al., 2015). In der zugrundeliegenden Basis der Kultivierungsforschung komme es auf die Geschichten an, die die Gesellschaft erzählt und erzählt bekommt und darauf, wie

sich diese darauf auswirken, wie die Welt wahrgenommen wird (Morgan et al., 2015). Im Grunde gehe es immer um die Beziehung zwischen der Exposition eines Inhalts und einer davon abhängigen Variable – die sich mit der Zeit in vielen Untersuchungen veränderte habe.

Forschende folgen der Prämisse, dass einzelne Plattformen eigene vermittelte Wirklichkeiten konstituieren, die ein eigenes Umfeld innerhalb der breiten Medienlandschaft schaffen (Tsay-Vogel et al., 2018; Hermann et al., 2020). Soziale Medien würden im Vergleich zum Fernsehen zwar keine „skripted, daramatic „stories““ (Hermann et al., 2023, S. 2495) liefern, aber eine Verbindung von einzelnen, persönlich geschaffenen Themen ermöglichen, die letztlich auch zu einem konsistenten Storytelling führen (Rosenberger et al., 2021). Insgesamt könne davon ausgegangen werden, dass so durchaus spezifische Weltanschauungen über soziale Medien verbreitet werden, durch die die Partizipation der Nutzer:innen geformt wird (Intravia et al., 2017). Hermann et al. (2023) meinen, die Anwendung der Kultivierungsthese auf soziale Medien würde der einer Genre-spezifischen (wie im Fernsehen) ähneln. Sie argumentieren, dass auch in Bezug auf einzelne Genres spezifische Kultivierungseffekte betrachtet werden können, die nicht für den gesamten Medienkonsum gelten (Hermann et al., 2023 nach Bilandzic & Busselle, 2012). Ähnlich wie bereits für die Nachrichten diskutiert, besteht also eine Grundlage, um auch für den Gebrauch von sozialen Medien einzelne Kultivierungseffekte zu vermuten. Auch wenn soziale Medien insgesamt zu fragmentiert seien, um in ihrer Gesamtheit konsistente Botschaften im Stil des Fernsehens zu verbreiten, könnten einzelne Plattformen, Seiten oder Inhaltskategorien spezifische Perspektiven und Wahrnehmungen ihrer Rezipient:innen prägen (Hermann et al., 2023). Morgan et al. (2015) betonen ebenfalls drei der Kern-Überlegung Gerbners, die das Fernsehen für ihn zum unübertroffenen Massenmedium der Kultivierung machen: (1) Die intensive Zeit, die die Zuschauer:innen mit dem Fernsehen über alle anderen Medien hinweg verbringen, (2) die ständige Abrufbarkeit ohne darauf warten zu müssen – der Fernseher kann zu jeder Tages- und Nachtzeit angeschaltet werden – und (3) die Einfachheit des Inhalts, der keine Alphabetisierung oder einen hohen Bildungsgrad voraussetzt. Sie argumentieren, dass diese Eigenschaften des Fernsehens ebenso

auf den „Feed“ von heutigen Social-Media-Seiten übertragen werden könne (Morgan et al., 2015).

Vermutet wird jedoch, dass der Effekt nicht unbedingt derselbe ist wie beim Fernsehkonsum: Bei der Betrachtung von spezifischen Inhalten auf Social Media – auch wenn hier teils die stärkeren Effekte gemessen werden – müsse mit einbezogen werden, dass wahrscheinlich bereits existierende Einstellungen bei den Rezipient:innen geweckt, als neue kultiviert werden (Hermann et al., 2023). Insgesamt werde die Kultivierung gefördert, wenn Rezipient:innen weniger kognitiven Aufwand betreiben müssen, um die Inhalte zu verarbeiten und gehemmt sobald sie stärker darüber nachdenken müssen (Hermann et al., 2023). Unterschieden wird dabei allerdings maßgeblich zwischen zwei Aspekten digitaler Inhalte: Interaktive und erzählende Inhalte. Morgan et al. (2015) schätzen den Einfluss von interaktiven und kommunikativen Praktiken wie dem Teilen von Bildern, Kommentieren und Schreiben von Nachrichten , als weniger einflussreich auf Kultivierungseffekte ein. Dies sei damit zu erklären, dass es bei diesem Aspekt der sozialen Medien nicht um den Konsum von Massenbotschaften gehe, sondern um die interpersonelle Kommunikation. Auch Hermann et al. (2023) unterstützen diese Annahme mit ihren Ergebnissen: In einer Meta-Analyse stellen sie fest, dass die Kultivierungseffekte abnehmen, sobald Proband:innen nach ihrem Engagement (in Form von Liken, Kommentieren oder Teilen von Beiträgen) gefragt werden. Andererseits unterstützen sie die Annahme, dass Medien, die durch ihre Erzählung Narrative eröffnen, durchaus Möglichkeiten für Kultivierungseffekte bieten (Morgan et al., 2025, S. 686).

Insgesamt gehen sie davon aus, dass die alltägliche Nutzung von sozialen Medien nicht immer direkt durch fiktionale Narrative zu Kultivierungseffekten führe, sondern indirekt zu der Gesamtheit an Botschaften und Bildern beitrage, die wir konsumieren. Sie merken an, dass die Betrachtung des gesamten Medienkonsums (digitale Medien und Fernsehen eingeschlossen) besonders dann relevant ist, um genrespezifische Unterschiede zwischen den Formaten zu untersuchen und zu überprüfen, ob die online verbreiteten Botschaften auf dieselbe Art konsistent sind wie die, die über das Fernsehen verbreitet werden. Solange sich die Botschaft, die über die digitalen Massenmedien wie soziale Medien verbreitet wird, nicht fundamental verändert, bleibe auch die Kultivierungsthese relevant (Morgan et al., 2015, S. 687).

2.2 Aktueller Stand der Forschung

Wie im vorherigen Kapitel beschrieben, konnten in der Vergangenheit damit Argumente für eine Anwendung der Kultivierungsthese auf sowohl einzelne Formate oder Genres und auch auf soziale Medien gesammelt werden. Anhand des aktuellen Stands der Forschung soll nun erörtert werden, zu welchen Ergebnisse Forschende bei einer konkreten Anwendung der Theorie auf Nachrichtenformate und soziale Medienformate gekommen sind.

2.2.1 Kultivierungsforschung zu Nachrichtenkonsum

Auch diese Anwendung der Kultivierungsthese wird jedoch in Bezug auf die ursprüngliche Vorgehensweise Gerbners kritisiert: Herman et al. (2023) merken beispielsweise an, dass das Fernsehen im Vergleich durch erheblich mehr fiktionale Inhalte geprägt ist, die in der Kultivierungsforschung durch das *Storytelling* des gemeinsamen Bildes der Realität im Fokus stehen (S. 2495).

Dafür spricht grundsätzlich die breite Masse an Studien, die den Kultivierungsansatz heranziehen, um gemessene negative Auswirkungen auf mentales und / oder physisches Unwohlsein durch Nachrichtenkonsum zu erklären (z.B. Nabi & Sullivan, 2001; Holbert et al., 2004; Goidel et al., 2006; Rosenberger et al., 2021; Lueck et al., 2021; Kothur & Pandey, 2023). So stellen Kenksi und Jamieson (2014) in ihrer Meta-Analyse zwar schwache, aber konstante Kultivierungseffekte in Bezug auf verschiedene Wahrnehmungsveränderungen und Einstellungen heraus.

Vor allem für Kultivierungseffekte erster Ordnung (auf Realitätsvorstellungen oder Wahrnehmungen) werden Nachrichten zu den dominanten und konsistenten Botschaften gezählt, die die Wahrnehmungen der Rezipient:innen kultivieren (Cöster & Shehata, 2024). Es wird davon ausgegangen, dass der Nachrichtenkonsum zunächst das Bewusstsein der Bürger:innen für gesellschaftspolitische Ereignisse schärft, was darauffolgend zu Urteilen über die Realität führt (Kothur & Pandey, 2023). Die Ergebnisse Kothurs und Pandeys (2023) zeigen einen positiven Zusammenhang zwischen dem Nachrichtenkonsum und der Wahrnehmung von politischen Ereignissen ihrer Rezipient:innen.

Besonders interessant ist an dieser Stelle anzumerken, dass sich die Polarisierungseffekte zwischen Fernsehnachrichten und Nachrichten, die über soziale Medien konsumiert werden, unterscheiden; sie unterstellen dem Fernsehen einen homogeneren *Mainstream-Effekt* und den sozialen Medien einen Resonanzeffekt. Im Vergleich variiere der Kultivierungseffekt in den sozialen Medien stark zwischen Untergruppen von Nutzer:innen, was vermuten lässt, dass die Resonanz hier der treibende Mechanismus ist. Auch Min und Yun (2018) kommen zu ähnlichen Ergebnissen in Bezug auf Unterschiede zwischen den Formaten: Nutzer:innen von sozialen Medien seien selektiver in ihrem Nutzungsverhalten und gesamten Konsum als Fernseher:innen, was sie der höheren Wechselhaftigkeit und Inhalts-Kontrolle über soziale Medien zuschreiben. Allerdings gibt es in Bezug auf die Nutzung von sozialen Medien auch Ergebnisse, die einen deutlicheren Effekt messen, sobald spezifische Inhalte untersucht worden sind (Herman et al., 2023, S. 2496). Es bleibt somit zu vermuten, dass nicht unbedingt der gesamte Konsum entscheidend ist, sondern die spezifischen Inhalte bzw. Formate eine ebenso wichtige Rolle spielen. Beispielsweise zeigen Rosenberger et al. (2021) Unterschiede in der Stärke der Effekte zwischen den Geschlechtern auf: So wird der Anteil von Gewalt von Frauen als substanzial höher wahrgenommen als von Männern (Rosenberger et al. 2021). Insgesamt fassen auch sie negative Auswirkungen auf die mentale Gesundheit von Personen zusammen, die einen konstanten Zugang zu Nachrichten kombiniert mit einem hohen Level an TV-Konsum, bzw. generellem Medienkonsum, haben. Auch Goidel et al. (2006) gehen davon aus, dass der proportionale Konsum von bestimmten Inhalten wie den Nachrichten ein besserer Indikator für Kultivierungseffekte sind als der Medienkonsum einer Person insgesamt. Sie schlagen daher den Einsatz von Kontrollvariablen vor, die einzelne Inhalte gesondert betrachten. Sie stützen sich dabei auf Ergebnisse, die Nachrichteninhalte als Grund für eine erhöhte *fear of crime* herausstellen (O'Keefe, 1984; Potter & Chang, 1990; Weaver & Wakshlag, 1986). In der Verarbeitung von Informationen würden sich Rezipient:innen in der Regel an die Informationen wenden, die am einfachsten für sie bereit stehen, um z.B. einzuschätzen, wie hoch das Risiko für Verbrechen tatsächlich ist (S.122). Bereitgestellt werden diese Informationen dabei durch Nachrichten und nicht durch fiktionale Inhalte, was die Rückschlüsse auf einen positiven Zusammenhang von Nachrichtenkonsum und Kultivierungseffekten unterstreicht. Insgesamt spreche die

Literatur dafür, dass ein hoher Konsum an TV-Nachrichten mit einer höheren öffentlichen Besorgnis über Kriminalität hervorgeht (Goidel et al. 2006, S.122).

Doch nicht nur für Nachrichten aus dem linearen Fernsehen werden Kultivierungseffekte gemessen; auch der Konsum von Online-Nachrichten als unabhängige Variable wird, wie bereits erwähnt, untersucht. Lueck et al. (2021) bauen auf die Kultivierungsthese auf und untersuchten unter anderem den Konsum von TV- und Online-Nachrichten und ihrem Effekt auf die Suizidalität ihrer Rezipient:innen. Dabei konnten sie für klassische Fernsehnachrichten keinen Effekt messen, beim Konsum von Online-Nachrichten zeigte sich jedoch ein signifikanter Anstieg der Suizidalität. Sie gehen basierend darauf davon aus, dass sich der gesamte Medienkonsum – unabhängig der Genres, Inhalte und Formate – als Variable nicht eigne, um zu sinnvollen Ergebnissen zu gelangen. Im folgenden Abschnitt soll dies anhand des aktuellen Forschungsstandes zur Kultivierungsforschung in den sozialen Medien – vorrangig dem Konsum von Online-Nachrichten – näher betrachtet werden.

2.2.2 Kultivierungsforschung zu sozialen Medien

Im Laufe der Zeit und der Etablierung des Internets und sozialen Medien als Entertainment- und Informationsquelle, beschäftigen sich Forschende mit der Anwendung klassischer Medienwirkungstheorien auf solche *neuen Medien*, so auch mit der Übertragung der Kultivierungsthese (z.B. Herman et al., 2023; Kothur & Pandey, 2023). Doch nicht nur ist die Anzahl an Nutzer:innen von Social-Media-Plattformen gestiegen, sondern gleichzeitig auch der Prozentsatz derer, die solche online Quellen für Informationen und Nachrichtenkonsum nutzen (Rosenberger et al., 2021: 694-695). Gleichzeitig gebe es seither wenig empirische Ergebnisse, ob dies im Sinne Gerbners auch mit einer angestiegenen Wahrnehmung von Gewalt in der Welt einhergeht (Rosenberger et al., 2021).

Herman et al. (2023) sammeln in ihrer Meta-Analyse die Ergebnisse von Studien, die Kultivierungseffekte über soziale Medien nachweisen konnten, oder, die diese widerlegen und die Anwendung kritisieren. Zunächst bezeichnen sie die Kultivierungsthese als „appealing model to apply to social media“ (S. 2494), aufgrund ihres empirischen Fokus auf dem Zusammenhang zwischen Medien-

Exposition auf der einen und einem breiten Spektrum an Überzeugungen auf der anderen Seite. Jedoch erkennen auch sie, dass viele der Charakteristika sozialer Medien nicht nur nicht zu Gerbners Vorstellungen von Kultivierung durch Fernsehen passen, sondern ihnen sogar widersprechen. Sie sprechen selbst davon, dass „Gerbner would likely have contended that cultivation analysis *cannot* be applied to social media“ (S. 2494). Im Zentrum der ursprünglichen Kultivierungsthese stehe die Synchronität des Fernsehens und die Gleichheit der verbreiteten Botschaften – unabhängig von ihrem Kanal. Auch individuelle Auswahlen zwischen den Programmen waren für Gerbner unerheblich, da für die Kultivierung von Botschaften die Gesamtheit und das Eintauchen in die Welt des Fernsehens zählt (Herman et al., 2023, S. 2494). Die stabilen Botschaften würden folglich über alle Sender und Programme hinweg vermittelt und sich an jeden und jede ihrer Rezipient:innen richten (Gerbner & Gross 1976, S. 175-176). Nach seiner Auffassung zählt also die konstante Gesamtheit der TV-Realität, die auf die Rezipient:innen wirkt und so ein klares Bild der gezeigten Wirklichkeit schaffe. Kritiker sagen demnach, dass die über soziale Medien erzählten Botschaften eine „infinite array of narratives and representations of reality“ (Herman et al., 2023, S. 2494), aber keine homogenen Geschichten im Sinne Gerbners bieten; insgesamt sei das vermittelte Bild damit weniger konsistent als im Vergleich zu Fernseh-Botschaften.

Ebenso werden soziale Medien im Vergleich deutlich selektiver und über den Tag verteilt genutzt, anstatt von allen Nutzer:innen zur selben Zeit, am selben Ort, und zum selben Thema. Obwohl von Nutzer:innen dieselben Plattformen besucht werden können, gehe die Anzahl an personalisierten Inhalten über die der überschneidenden hinaus. „Cultivation assumes that media contribute to homogenization; social media are more likely to contribute to fragmentation and differentiation“ (Herman et al., 2023, S. 2495). Kothur und Pandey (2023) argumentieren weiter, dass der persönliche Social-Media-Feed vor allem bei der Polarisierung von Meinungen als einseitiges Medium fungiere. Die Grundproblematik ist demnach die folgende: Kultivierungsforschung geht davon aus, dass die Medien zur Homogenisierung beitragen, soziale Medien fördern jedoch eher eine Fragmentierung und Differenzierung (Herman et al., 2023, S. 2495).

Dennoch spricht die erhebliche Studienlage für sich: Kultivierungseffekte im Bereich der sozialen Medien werden zahlreich untersucht und eine homogene, medial vermittelte soziale Realität wird vorausgesetzt. Diese Begründungen stützen sich dabei in der Regel aber auf Vermutungen und nur in seltenen Fällen auf Ergebnisse einer vorangegangenen Inhaltsanalyse der Social-Media-Realität der beleuchteten Kanäle oder Inhalte (Herman et al. 2023; Herman et al., 2020). Argumentiert wird beispielsweise, dass die einzelnen Botschaften von ihren Rezipient:innen so miteinander verknüpft werden, dass am Ende trotzdem ein konsistentes Bild der sozialen Realität geschaffen wird (Rosenberger et al., 2021). Es komme zudem darauf an, welche Themen und Kanäle auf Kultivierungseffekte untersucht werden. So untersuchten Gerbner und sein Team die gesamte Wirkung des Fernsehens (Gerbner & Gross, 1976), unabhängig von Programmen oder Genres. Lueck et al. (2021) stellten in ihrer Untersuchung heraus, dass sich die Betrachtung des generellen Medienkonsums als Variable schlechter eignet als einzelne Typen, um mögliche Kultivierungseffekte mit Einfluss auf Verhalten oder Wahrnehmung zu messen. Sie heben gravierende Unterschiede zwischen den Medienformen heraus und stellen stärkere Effekte durch den Konsum von sozialen Medien im Vergleich zum Fernsehen fest: Ein gesteigerter Konsum von Online-Nachrichten wurde mit einer signifikanten Zunahme von Suizidgedanken in Verbindung gebracht (Lueck et al., 2021). Die Gründe für diese verstärkten Kultivierungseffekte durch soziale Medien wurden in mehreren Studien diskutiert. Einerseits sind soziale Medien allgegenwärtig – im Gegensatz zu linearen Fernsehnachrichten oder Printmedien erhalten Nutzer:innen Inhalte oft auch dann, wenn sie nicht aktiv danach suchen (Chen, 2020; Klimmt et al., 2017). Andererseits kann schon eine kurze Exposition negativ wahrgenommener Nachrichten die Stimmung der Rezipient:innen beeinflussen (Kellerman et al., 2022; Johnston & Davey, 1997). Gottschick et al. (2023) betonen darüber hinaus die höhere psychische Belastung durch grafische Darstellungen, wie sie etwa in der Kriegsberichterstattung häufig vorkommen. Auch die Verbreitung von Falschinformationen zu kontroversen Themen könnte die negativen Effekte im Vergleich zu anderen Kanälen verstärken (Lueck et al., 2021; Naslund et al., 2019). Zusätzlich spielt die Interaktion mit anderen Nutzer:innen, etwa durch Kommentare unter Beiträgen, eine Rolle (Naslund et al., 2019; Chen, 2020). Solche interaktiven Funktionen können nicht nur die Wahrnehmung des

konsumierten Inhalts beeinflussen, sondern auch die öffentliche Meinungsbildung prägen.

So sollte nach Herman et al. (2023) auch die Betrachtung einzelner Formen von sozialen Medien dazu geeignet sein, um vor dem Hintergrund der Kultivierung mögliche „stable, inescapable messages and lessons“ (S. 2496) zu unterstellen. Das Filtern nach Genres, Inhalts-Typen, Kanälen oder Plattformen entspreche in dieser Perspektive ebenso Gerbners Verständnis, in dem alle Zuschauer:innen „das Gleiche“ sehen. In ihrer Meta-Analyse kommen sie ebenfalls zu dem Schluss, dass die insgesamt gemessenen Effekte über soziale Medien dann größer sind, wenn die selektierte Exposition von spezifischen Inhalten und nicht der Konsum sozialer Medien insgesamt erhoben wurde (Herman et al., 2023).

Aus den vorliegenden Ergebnissen lässt sich demnach ableiten, dass insbesondere Berichterstattungen über Konflikte und Kriege größere Kultivierungseffekte zeigen, wenn diese über soziale Medien konsumiert werden. Insgesamt kommen Herman et al. (2023) zu dem Schluss, dass der Kultivierungsansatz – durch seinen Fokus auf die Häufigkeit der Medienexposition und deren Einfluss auf Einstellungsänderungen – „ein vielversprechendes Modell zur Untersuchung sozialer Medien darstellt“ (Herman et al., 2023: 2494). Dabei kommt es stark auf die untersuchten Inhalte und die Stabilität ihrer Botschaften an.

2.3 Mentale Gesundheit

Neben der Kultivierungsforschung beschäftigen sich auch Forschende anderer Felder mit den Auswirkungen des Konsums von einerseits Nachrichten und andererseits von sozialen Medien. Dabei haben die Studien in der Regel ein gemeinsames Outcome gemeinsam: Die mentale Gesundheit der Rezipient:innen. Im Folgenden sollen aktuelle Ergebnisse zur Beziehung von Nachrichtenkonsum und mentaler Gesundheit und dem Konsum sozialer Medien und mentaler Gesundheit zusammengefasst werden. Auf der Grundlage dieser kann so im Verlauf der Arbeit erörtert werden, ob diesen Zusammenhängen mögliche Kultivierungseffekte zugrundeliegend, auch wenn diese nicht explizit von den Forschenden herausgestellt worden sind.

2.3.1 Der Zusammenhang zwischen Nachrichtenkonsum und mentaler Gesundheit

Der Zusammenhang von einer schlechten mentalen Verfassung und dem Konsum von Nachrichten ist nicht immer mit Bezug auf die Kultivierungsthese untersucht worden. Auch unabhängig von Kultivierungseffekten erkennen Forschende dabei negative Auswirkungen eines hohen Konsums an Nachrichten auf die mentale oder sogar physische Gesundheit ihrer Rezipient:innen (McLaughlin et al., 2020; Boukes/Vliegenhart, 2017; Kaim/Bodas, 2024; York, 2013; Woodstock, 2014, Arendt, 2010). Der Nachrichtenkonsum und eine oft einhergehende exzessive Mediennutzung wird so von vielen Seiten als möglicher Grund für die steigende mentale Belastung in der Bevölkerung gesehen. Als Erklärungsversuch werden die (ausschließlich) negativen Botschaften genannt, die über die Berichterstattung von vor allem *Hard News* vermittelt werden (Boukes & Vliegenhart, 2017; Dutta-Bergman, 2011; Jain, 2021). Anders als unterhaltende Inhalte schaffen diese keine psychologische Distanz zu den beschriebenen Themen, sondern beleuchten das Negative in der Realität der Menschen. Besonders bei „fear-based news“ (Jain, 2021, S. 318) gebe es trotz hoher Informationswirksamkeit keine positiven Einflüsse auf die Psyche der Rezipient:innen, was zu Gerbners Annahme passt, dass gewaltbezogene Themen die Angst als „historic instrument of social control“ (Gerbner & Gross, 1976: 178) besonders anstoßen. Dafür sprechen auch die Ergebnisse von Johnston und Davey, die bereits 1997 in ihrer Studie negative Effekte auf Aspekte der mentalen Gesundheit von Personen herausstellen, die negative TV-Nachrichten konsumieren (Johnston & Davey, 1997). Ihre Ergebnisse zeigen, dass der Konsum von vornehmlich negativ bewerteten Nachrichten die selbst wahrgenommene Angst und Trauer der Befragten erhöhte (S. 89). Dieser Effekt geht damit einher, dass die Proband:innen ihre eigenen Sorgen verstärkt als katastrophal wahrnahmen (S. 89). Neben der reinen Exposition von Nachrichten konnten dabei auch Variablen herausgestellt werden, die diesen Effekt verstärken: So messen Kaim und Bodas (2015) einen positiven Zusammenhang zwischen erhöhtem Nachrichtenkonsum zu negativen Faktoren der mentalen Gesundheit wie Angstsymptomen, mit einem stärkeren Effekt bei jungen Proband:innen. Besonders junge Menschen würden im Zuge eines hohen Nachrichtenkonsums höhere Level an Stress aufweisen (Ahsan & Qazi, 2023; Lachlan et al., 2009; Oppenheimer et al., 2011).

Besonders stark sind die Auswirkungen auf die mentale Verfassung dabei insgesamt in Krisensituationen gemessen worden. In ungewissen Zeiten sind die Menschen in besonderem Maße von den öffentlich verbreiteten Informationen abhängig, um die eigene Angst und Unsicherheit, die mit der Krise verbunden sind, zu entschärfen (Jain, 2021; Kellerman et al., 2022). Die in diesen Fällen als beunruhigend geltenden Nachrichten wurden in Verbindung mit emotionalem Unwohlsein wie gesteigerte Angst und Besorgnis gebracht (Kellerman et al., 2022), weshalb davon ausgegangen wird, dass besonders solche Berichte über massentraumatische Ereignisse Symptome wie Angst, Depression oder posttraumatische Belastung hervorbringt – selbst dann, wenn die Personen dabei selbst nicht direkt betroffen sind (Pfefferbaum et al., 2020, Liu & Liu, 2020; Garfin et al., 2022; Holman et al., 2013). Untersucht wurden solche Effekte unter anderem in Ausnahmesituationen wie der COVID-19 Pandemie (Jain, 2021; Kellerman et al. 2022; Ladis et al., 2022; Stainbeck et al. 2020, Strasser et al, 2022). Stainbeck et al. (2020) stellen in diesem Zusammenhang fest, dass dieser Effekt dabei teilweise durch die erhöhte Wahrnehmung an Bedrohung moderiert wird, ausgehend von der aktuellen Nachrichtenlage. Einen weiteren Unterschied in der Effektstärke können ebenfalls in Bezug auf die Pandemie Liu und Liu (2020) in China nachweisen. Auch sie weisen negative Auswirkungen auf die Angst der Rezipient:innen von Pandemie-bezogenen Medieninhalten nach, allerdings unterscheiden sie dabei zwischen den verschiedenen Medientypen wie offizielle Nachrichten, Werbung, sozialen Medien und Nachrichten aus anderen Ländern. Direkte Effekte zeigten sich dabei in der Werbung und in Nachrichten aus anderen Ländern; indirekte Effekte bei den inländischen Nachrichten und den sozialen Medien (S. 16). Obwohl also nicht alle Inhalte einen direkten Mediationseffekt auf die verspürte Angst der Personen lieferten, verursachten alle bis zu einem gewissen Grad eine Form von Traumatisierung. Dieser Effekt werde dann verstärkt und sei dann schädlicher, wenn Personen einerseits von den Medien abhängig sind, andererseits jedoch relativ wenig direkte traumatische Erfahrungen gemacht haben.

Als andere Form von Traumata, bzw. Krisensituationen, werden Kriege, Konflikte oder Terroranschläge gesehen und die begleitende Berichterstattung untersucht (Dutta-Bergman, 2011; Riad et al., 2022; Gottschick et al., 2023). Bewaffnete Konflikte beschreiben Riad et al. (2022) als „public health emergencies that effect

“human lives at multiple levels” (S. 1), in denen die Betroffenheit folglich besonders hoch ist. Ähnlich wie bei Studien zur Pandemie-Berichterstattung stellen Forschende auch Zusammenhänge des Konsums von Kriegsberichten und negativen Folgen der mentalen Gesundheit fest (Kaim & Bodas, 2024; Riad et al., 2022; Gottschick et al., 2023; Dutta-Bergman, 2011). Sie stellen heraus, dass mit dem vermehrten Konsum aktueller Berichterstattung über Kriege eine zunehmende Verschlechterung von mentalen gesundheitlichen Symptomen wie erhöhter Stress, Angstzustände oder stetige Besorgnis einhergehen. Die Verschlechterung der mentalen Gesundheit wird dabei entweder nach Konflikten (Dutta-Bergmann, 2011) oder während / zu Beginn von Konflikten als direkter Einfluss (Gottschick et al., 2023) gemessen. Am häufigsten beziehen sich diese Studien dabei auf den Faktor *Angst der Bevölkerung*; diese wurde beispielsweise von Gottschick et al. (2023) zu Beginn des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine als stärker gemessen als während der stärksten Regulierungen der COVID-19 Pandemie. Sie vermuten, dass vor allem die Exposition von graphischen Inhalten zu dieser Form der mentalen Belastung führt und gleichzeitig auch jene Personen beeinflusst, die nicht aktiv vom Konflikt betroffen sind. Die Beeinflussung geht somit sogar über die Auslösung von hedonistischen (negativen) Erfahrungen hinaus und wirkt besonders in Ausnahmesituationen stark auf die Verfassung verunsicherter Personen, die nach Informationen suchen. Konkret wurde dies am Beispiel von Personen erhoben, die angaben, unter Depressionen zu leiden und Nachrichten nach dem Terroranschlag des 9. September konsumierten: Die Ergebnisse deuten auf ein Zusammenspiel von Affekt und Kognition im Bereich des Nachrichtenkonsums als Reaktion auf Terrorismus hin. In depressiven Zuständen, die als Reaktion auf eine Krise ausgelöst werden, würden die Personen aktiv nach kognitiven Medien (wie den Nachrichten) suchen (Dutta-Bergman, 2011, S. 13). Dieses Verhaltensmuster kann neben dem Informationsinteresse damit auch als ein Bewältigungsmechanismus gesehen werden.

Ebenso gibt es Vermutungen darüber, dass die Wahrnehmung von Verbrechensraten zum größten Teil davon beeinflusst werde, wie oft über diese Verbrechen in den Nachrichten berichtet wird, anstatt durch die tatsächlichen Häufigkeiten (Lowry et al., 2003). Der Grad an Negativität, der in diesen Nachrichten erscheint, werde grundsätzlich nach zwei verschiedenen Dimensionen

konzeptualisiert: (a) ob sie sich auf Themen wie Konflikte fokussieren und (b) ob sie in einem negativen Ton berichten (Boukes & Vliegenhart, 2017 nach Lengauer, Esser & Berganza, 2012). Die Berichterstattung über Kriege ist nach diesem Schema folglich in der Regel von Negativität geprägt. Hinzu kommt, dass der Anteil an Berichten über Themen wie Kriege und Konflikte in der Berichterstattung in der Regel hervorsticht (De Smedt et al., 2011; Maier, 2010). Insgesamt könnten mehr als 50 Prozent der Nachrichten als sogenannte „*bad news*“ mit Darstellungen von Gewalt, Konflikt und Leid eingestuft werden (Boukes & Vliegenhart, 2017; Johnson, 1996) und im Vergleich zu anderen Fernsehhalten wurde die Negativität in Nachrichten als 2,5-mal mehr verteilt gemessen (Johnson, 1996).

2.3.2 Der Zusammenhang zwischen der Nutzung von sozialen Medien und der mentalen Gesundheit

Neben der Betrachtung des Nachrichtenkonsums im Zusammenhang mit der (mental)en Gesundheit ihrer Rezipient:innen untersuchen Forschende ebenso die Nutzung von sozialen Medien als möglichen Auslöser von Störungen, Unwohlbefinden oder sogar Krankheitsbildern. Die mentale Verfassung der Nutzer:innen von Social-Media-Plattformen spielt in diesem Zusammenhang eine besonders große Rolle und das Forschungsfeld ist durch die diversen und inhaltlich unterschiedlichen Plattformen ein sehr weites. Dieses reicht von Untersuchungen zu sozialen Phänomenen wie der „Fear of missing out“ (siehe Przybylski et al., 2013) zu der Wahrnehmung des eigenen Körerbildes (Skowronski et al., 2023), dem Gefühl von Akzeptanz und Zugehörigkeit oder Anfeindungen und Mobbing (Mladenović et al., 2020). Im folgenden Abschnitt sollen vorrangig daher jene Studien diskutiert werden, die sich auf den Zusammenhang von Social-Media-Nutzung als Teil des Nachrichtenkonsums konzentrieren und sich den Ergebnissen des obigen Kapitels anschließen.

Die Nutzung sozialer Medien zeigt bereits deutliche Zusammenhänge zwischen der Medienexposition und deren Auswirkungen auf die psychische Gesundheit – sowohl bei unterhaltungsorientierten Inhalten (Herman et al., 2023; Nalsund et al., 2019; Keles et al., 2020; Matthes et al., 2020) als auch beim Konsum von Nachrichten über soziale Plattformen (Chen, 2020; Rajeshwari & Vesna, 2024; Nazari et al., 2023; Lueck et al., 2021). Insgesamt wurden solche negativen und

teilweise auch traumatischen Effekte auf die mentale Gesundheit von Rezipient:innen in allen Mediengattungen dokumentiert (Liu & Liu, 2020; Kellerman et al., 2022). Speziell bei sozialen Medien wird jedoch verstkt diskutiert, ob diese zu negativen Verstkungseffekten in Bezug auf mentale Gesundheit und einem erhöhten Suchtpotenzial führen können (Chen, 2020). Besonders im Kontext des Nachrichtenkonsums über soziale Medien wird dieses Suchtpotenzial eingehender untersucht. In einer Umfrage identifizierten Shabahang et al. (2021) den Konsum von Nachrichten im Internet als potenziell schtig machendes Verhalten, das zu einer allgemein problematischen Nutzung des Internets beitragen kann. Diese Beobachtung ist vor dem Hintergrund alarmierend, dass immer mehr Menschen – insbesondere junge Personen – Nachrichten primär über Online-Plattformen oder soziale Medien konsumieren, wie Chen (2020) für Nordamerika berichtet (siehe auch Matsa & Shearer, 2018). Rajeshwari und Vesna (2024) weisen darauf hin, dass soziale Medien, insbesondere Instagram, bei Studierenden eine zentrale Rolle als Nachrichtenquelle im Alltag einnehmen. Auch Kellerman et al. (2022) stellen fest, dass junge Erwachsene zunehmend auf sekundäre Informationsquellen wie soziale Medien zurückgreifen. Gleichzeitig thematisieren Befragte in verschiedenen Studien die abnehmende Vertrauenswdigkeit von Online-Quellen sowie die Sorge vor Falschinformationen (Lueck et al., 2021).

Es gibt jedoch ebenso Befunde, die den genannten negativen Trends widersprechen: So stuften Teilnehmer:innen in einer Untersuchung von Chen (2020) Nachrichten, die sie über Facebook konsumierten, als vergleichsweise weniger angsteinflzend ein. Ob diese Effekte also auf alle Formen der Berichterstattung und Themen zutreffen, bleibt unklar.

2.4 Zwischenfazit

Nach der Diskussion und Erterung des aktuellen Stands der Kultivierungsforschung zu Nachrichten und (Nachrichtenkonsum über) sozialen Medien kann als Zwischenfazit festgehalten werden, dass die moderne Adaption der Kultivierungsthese sowohl Annahmen über Nachrichten als auch soziale Medien als mögliche Expositionsvariable zulassen. Die Ergebnisse der Kultivierungsforschung sprechen dabei jedoch dafür, die Outcome-Variable kleinteiliger zu untersuchen und kritisieren ebenso die Betrachtung des gesamten

Medienkonsums als Prädikator. Zu Bedenken sei dabei ebenso den Fokus auf das Fernsehen als ein „absolutes Medium“ abzulenken und sich stattdessen auf genre- oder inhaltspezifische Effekte zu konzentrieren. Innerhalb untersuchter Genres konnten so zum Beispiel bereits positive Zusammenhänge zwischen dem Konsum von Nachrichten (egal ob im linearen Fernsehen, der Zeitung oder online) und der Wahrnehmung ihrer Rezipient:innen, also Effekte erster Ordnung, messen.

Auch außerhalb der Kultivierungsforschung leistet der Nachrichtenkonsum für viele Forschende einen essenziellen Beitrag zur Verschlechterung des Wohlergehens ihrer Rezipient:innen. Es finden sich dabei Beweise für die besondere Relevanz von Nachrichten, die über aktuelle Krisen berichten wie in der Pandemie oder während und nach Kriegen, Konflikten und Terroranschlägen. Besonders solche von Negativität geprägten Berichte haben ein hohes Potential, sich auf die mentale Verfassung auszuwirken, vor allem dann, wenn sich ihre Rezipient:innen selbst in Notsituationen und besonders vulnerablen Situationen befinden.

Auch soziale Medien können einen erheblichen Teil zur mentalen Verfassung ihrer Nutzer:innen beitragen und sind in diesem und anderen Zusammenhängen ebenso vielseitig untersucht worden. Ihr Konsum zeichnet teils ein ähnliches Bild zu dem Nachrichtenkonsum insgesamt ab, wenn es um den Konsum von Online-Nachrichten geht: Ein höherer Konsum kann in Verbindung mit sowohl einer verzehrter Realitätswahrnehmung als auch einer negativen mentalen Verfassung gebracht werden. Die Kultivierungsforschung zeigt hier deutlich, dass die Effekte sogar größer sind als die durch das lineare Fernsehen, was mit stetiger Präsenz im Alltag ihrer Konsument:innen erklärt wird.

2.4.1 Kultivierungsthese 1: Nachrichtenkonsum und mentale Gesundheit

Die Ergebnisse der Kultivierungsforschung sprechen für die mögliche Anwendung der Theorie auf einzelne Genres oder spezifische Inhalte. Wenn es darum geht, den Inhalt eines Mediums als Prädiktor einer negativen Weltsicht im Sinne der Kultivierungsforschung weiter einzugrenzen, sprechen sich Forschende dabei besonders für Nachrichten aus. Gerade jene, die sich als „fear-based news“ (Jain, 2021, S. 318) beschreiben lassen, passen durch ihre fehlenden positiven Effekte

auf die menschliche Psyche besonders zu den Überlegungen Gerbners von einer Kultivierung der Angst durch gewaltbezogene Themen.

Ebenso zeigen die Ergebnisse der allgemeinen Forschung zum Zusammenhang zwischen einem hohen Nachrichtenkonsum und negativen Auswirkungen auf die psychische und physische Gesundheit der Rezipient:innen teils starke Effekte. Nun liegt es nahe, in diesen beiden Forschungsgebieten einen überschneidenden Nenner zu unterstellen und diesen zu untersuchen. Auf Basis der aktuellen Forschung kann demnach argumentiert werden, dass ein hoher Konsum an Nachrichten einen negativen Einfluss auf die mentale Gesundheit ihrer Rezipient:innen nehmen kann. Dieser Effekt kann mit der Kultivierungsthese und ihrem Mean World Syndrome nach George Gerbner potentiell erklärt werden. Da besonders die gewaltvollen Nachrichten im Zusammenhang mit Kultivierungsforschung von großer Relevanz sind, wird sich in dieser Arbeit auf den Konsum an Nachrichten über Kriege und Konflikte als möglicher Prädiktor beschränkt. Folglich wird für die folgenden Hypothese aufgestellt:

H1: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu einer negativ verzerrten Wahrnehmung der Welt und wirkt sich damit negativ auf die mentale Gesundheit ihrer Rezipient:innen aus.

Ebenso muss für die Umsetzbarkeit dieser Masterarbeit auch das Outcome der Gesundheit der Rezipient:innen weiter eingegrenzt werden. Zunächst wird sich dazu auf die mentale Gesundheit der Personen bezogen, die in überwiegend vielen Studien zum Zusammenhang zwischen Medienkonsum und Gesundheit untersucht worden ist. Erhoben werden soll der Zustand der mentalen Gesundheit dabei anhand fünf Faktoren, die im anschließenden Teil zum methodischen Vorgehen operationalisiert werden. Dafür spricht ebenso die begrenzte Zeit für die Erhebung und dem deshalb gewählten Querschnittsdesign – wie es ebenso in der Kultivierungsforschung üblich ist. Auch ist eine solche Abfrage des Zustandes der mentalen Verfassung der Proband:innen im Vergleich zu einer Untersuchung ihrer physischen Gesundheit sowohl aus forschungsethischen als auch aus forschungsökonomischen Gründen sinnvoll. Konkret ergeben sich damit die folgenden fünf Hypothesen:

H1.1: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu erhöhtem Stresserleben.

H1.2: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu einem erhöhten Empfinden von Hoffnungslosigkeit.

H1.3: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu (mentaler) Erschöpfung.

H1.4: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu erhöhtem Angstempfinden.

H1.5: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu einer negativ verzerrten Wahrnehmung.

2.4.2 Kultivierungshypothese 2: Soziale Medien und mentale Gesundheit

Anknüpfend an die Ergebnisse der Forschung zu Effekten von Nachrichtenkonsum auf die mentale Gesundheit von Rezipient:innen zeigt auch die Forschung im Bereich der sozialen Medien für deutliche Zusammenhänge zwischen der Medienexposition und deren Auswirkung auf die psychische Gesundheit. Wie bereits diskutiert, lassen sich so auch Kultivierungseffekte vermuten, die durch soziale Medien hervorgerufen werden. Damit diese Inhalte aber ein möglichst konsistentes Bild im Sinne Gerbners schaffen, ist es auch hier unerlässlich sich auf einen bestimmten Teil aller Inhalte zu beziehen. Aus diesem Grund kann an den Konsum von Kriegsnachrichten zurückgegriffen werden, die über soziale Medien konsumiert werden. Durch die stetige Exposition von solchen Nachrichteninhalten über soziale Medien kann ihr Konsum mit dem von unterhaltenden Inhalten im alltäglichen Gebrauch verschwimmen; es wird davon ausgegangen, dass dies insgesamt ein homogeneres Zusammenspiel der gewaltvollen Kriegsnachrichten ergibt und so einen potentiellen Kultivierungseffekt verstärkt. Folglich ergibt sich die zweite Hypothese dieser Arbeit:

H2: Der Kultivierungseffekt ist bei denjenigen Personen größer, die Nachrichten vermehrt über soziale Medien beziehen.

3. Methodisches Vorgehen

Die vorliegende nicht experimentelle Studie wurde im Wintersemester 2024 im Rahmen des Masterstudiums im Fachbereich Publizistik und Kommunikations-

wissenschaften an der Universität Wien durchgeführt. Ziel der Untersuchung war es, einen möglichen Zusammenhang eines hohen Konsums an Nachrichten über Kriege und Konflikte, dem *mean world syndrome* und verschiedener Aspekte der mentalen Gesundheit darzustellen. Dazu wurde in einem Zeitraum von vier Wochen eine Online-Befragung (n=216) durchgeführt. Die Befragten haben Antworten über ihr Nachrichtenkonsumverhalten in Bezug auf Berichte über Kriege und Konflikte, über ihre Sicht auf die Welt und ihren aktuellen mentalen gesundheitlichen Status gegeben.

Wie bereits im theoretischen Teil dieser Arbeit erläutert, sind klassische Kultivierungsstudien in der Regel in zwei methodische Schritte unterteilt: Die Message-System Analysis und die Kultivierungsanalyse. Der klassische Aufbau einer Kultivierungsstudie kombiniert im mixed-method Design somit eine qualitative Inhaltsanalyse und eine quantitative Befragung. Im Folgenden wird erläutert wie diese Vorgehensweise für diese Arbeit angepasst und umgesetzt wurde.

3.1 Message-System Analysis

Wie erwähnt besteht das methodische Vorgehen in der Kultivierungsforschung aus zwei Hauptkomponenten. Aus forschungsoökonomischen Gründen wird auf den ersten Schritt, die Message-System-Analyse, verzichtet. Diese Entscheidung basiert dabei auf drei Faktoren: Erstens wird damit der pragmatischen Überlegung gefolgt, den zeitlichen Rahmen und Arbeitsaufwand der Masterarbeit nicht zu überschreiten. Weiter kann inhaltlich argumentiert werden, dass auch Gerbner und sein Team grundlegend zwei unterschiedliche Formen der Medienwirkung auf Kultivierungseffekt

hin untersucht haben. Im Gegensatz zum gesamten Fernsehkonsum, der von Gerbner untersucht worden ist, lässt die Beschränkung auf Nachrichten über ausschließlich Kriege und Konflikte deutlich weniger Spielraum für unterschiedlichen Interpretationen der vermittelten Botschaften. Speziell bei Nachrichten über tragische Ereignisse wie Kriege lässt es die Art der Inhalte zu, eine generelle Vermutung über diese und die vermittelte Botschaft aufzustellen. Wie Boukes und Vliegenhart (2017) zusammenfassen, werden Kriegsberichterstattungen in der Regel als sog. „bad news“ eingestuft; es handelt sich in der Regel ausschließlich um Nachrichten, die Negativität

vermitteln und negative Ereignisse schildern (Boukes & Vliegenhart, 2017; Gottschick et al., 2023).

Zu erklären sind diese Ergebnisse zum Einen damit, dass Journalist:innen in Nachrichtenformaten ereignisorientiert berichten und das Thema Krieg und Konflikt unter dieser Betrachtung von einer Überzahl an negativen Ereignissen behaftet ist (Maurer et al., 2023). Die Narrative, die in dieser Art der Berichterstattung häufig verwendet werden, trügen ebenso dazu bei, bestehende Überzeugungen über die Konfliktparteien zu bestärken und eine der beiden zu delegitimieren (Bar-Tal, 2013; Cobb, 2013). Bei der Betrachtung der gesamten Berichterstattung stellen Berichte über Kriege und Konflikte dabei in der Regel einen tendenziell großen Anteil dar (siehe z.B. Maier im belgischen Fernsehen). Insgesamt könne mehr als 50 Prozent der Nachrichten als sogenannte „*bad news*“ eingestuft werden (Boukes & Vliegenhart, 2017). Auch wenn es mit neuen Strategien wie dem Friedensjournalismus bereits Versuche gibt, die Narrative zu wechseln und in einem positiveren Kontext von dramatischen Ereignissen oder auch Erfolgen zu berichten, überwiegt der Anteil an negativen Botschaften damit immer noch deutlich. Zuletzt ist ebenso anzumerken, dass in aktuelleren Kultivierungsforschungen weniger oft eine vorangestellte Analyse der betrachteten Medieninhalte erfolgt und ihre vermittelten Botschaften (und somit die Fernsehantworten) vorausgesetzt werden. (Gottschick et al. 2023).

Für die folgende Untersuchung wird daher vorausgesetzt, dass es sich bei den über Kriegsnachrichten verbreiteten Inhalte um ausschließlich negativ behaftete Botschaften handelt.

3.2 Kultivierungsanalyse

Damit beschränkt sich das methodische Vorgehen der vorliegenden Arbeit auf die Analyse des Grades an Kultivierung. Wie in Gerbners Kultivierungsstudien wird diese mittels einer quantitativen Befragung erhoben, um über den Mean World Index messbar zu machen, zu welchem Grad die konsumierten Medieninhalte eine Weltanschauung kultivieren, die der Medienrealität entspricht. Diese Medienrealität ist in diesem Fall die als zuvor ausschließlich negativ eingestufte Realität, die aus den Botschaften der Kriegsberichte hervorgeht.

Anders als in ursprünglichen Kultivierungsstudien bezieht sich der für diese Arbeit entwickelte Mean World Index dabei nicht auf das Misstrauen gegenüber anderer (siehe Signorelli, 1990a), sondern auf eine negativ verzehrte Weltsicht in Bezug auf

allgemeinere Hoffnungslosigkeit und Misstrauen in die Welt an sich⁶. Durch den zusätzlichen Aspekt der mentalen Gesundheit stellt das vorliegende Modell damit ein komplexeres dar, als in den anfänglichen Kultivierungsstudien. Ebenso hat sich die Medienwirkungsforschung seither stetig weiterentwickelt und eine Berechnung des sogenannten Kultivierungsdifferentials entspricht heute nicht mehr dem Status quo der Forschung. Stattdessen wurde aus diesen Gründen in dieser Untersuchung eine modierte Mediationsanalyse durchgeführt, worauf im Abschnitt zum analytischen Vorgehen näher eingegangen werden soll.

Zur Abfrage des Konsums an Kriegsberichten und dem Grad an Kultivierung wurde ein Fragebogen über die online Plattform Soscisurvey erstellt. Dieser richtete sich an deutschsprachige Personen, die mindestens 18 Jahre alt sind. Der erste einleitende Teil beschreibt das Thema der Arbeit und des Fragebogens selbst; Da es in Bezug auf die Forschungsethik keine heiklen Aspekte gibt, wurde lediglich beschrieben, um welche Art von Fragen es sich handelt und in welchen Rahmen die Forschung stattfindet. Im zweiten Abschnitt folgte darauf ebenso der Verweis auf die Datenschutzgrundverordnung der Universität Wien. Den eigentlichen Start der Umfrage stellt somit der dritte Abschnitt zur Abfrage der mentalen Verfassung, gemessen an fünf Faktoren dar. Der vierte Abschnitt des Fragebogens ist dem generellen Konsum an Kriegsnachrichten der Proband:innen gewidmet. Zuletzt werden soziodemographische Kontrollvariablen erhoben und in einem Debriefing über den Zweck der Arbeit und ihre zugrundeliegenden theoretischen Annahmen aufgeklärt.

3.3 Auswahlverfahren und Sample

Die Grundgesamtheit der Studie bilden deutschsprachige Personen, die mindestens 18 Jahre alt sind. Eine engere Eingrenzung des Alters oder anderer soziodemographischen Daten war nicht erforderlich. Rekrutiert wurden die Teilnehmenden über die Plattform Soscisurvey, die Plattform Survey Cycle und durch das eigene Verbreiten auf sozialen Medien wie Instagram, Facebook und Reddit. Nach Ablauf des Befragungszeitraums konnten insgesamt 219 Fälle dieses Convenience Samples in die Untersuchung eingeschlossen werden. Aufgrund falsch gegebener Antworten mussten bei der Bereinigung des Datensatzes

⁶ Genauer wird auf diesen Unterschied in der Operationalisierung des Mean World Syndroms eingegangen.

ebenfalls drei Fälle ausgeschlossen werden, was eine Stichprobe von n=216 ergibt. Insgesamt ist der Großteil meiner Stichprobe weiblich (n= 131), lebt in Deutschland (n= 132), ist zwischen 18 und 29 Jahre alt (n= 131) und hat einen Hochschulabschluss (n= 152). Das Sample zeigt damit eine relative Homogenität in Bezug auf Bildung und Wohnort und ist ein wenig heterogener in Bezug auf das Geschlecht und die Altersgruppe der Befragten.

Der durchschnittliche tägliche Konsum an Kriegsberichten in Minuten ist wie folgt verteilt: bis 5 Minuten täglich = ca. 31,9%, 6-15 Minuten täglich = ca. 35,2, mehr als 15 Minuten täglich = 32,9 %, was zunächst für eine sehr gleiche Verteilung der drei Gruppen und somit unterschiedliche Konsumgewohnheiten spricht; In der Analyse zeigte sich jedoch, dass wenige Ausreißer den Durchschnitt der Gruppe mit hohem Konsum stark nach oben treiben, was letztlich eine ungleiche Verteilung bedeutet. Im Folgenden sollen zunächst die Variablen und ihre Operationalisierung erläutert werden.

3.4 Operationalisierung der Variablen

Die Variablen, die für die Analyse herangezogen worden sind, sollen im folgenden Abschnitt operationalisiert werden.

3.4.1 Gesamter Konsum an Kriegsberichterstattung

Als unabhängige Variable wird im vorliegenden Modell der gesamte Konsum an Nachrichten über Kriege und Konflikte betrachtet. Dieser wurde mittels zwei verschiedener Variablen im Fragebogen erhoben, da die Medien-Exposition in Kultivierungsstudien sowohl als latente (Arendt, 2010; York, 2013) aber auch als manifeste Variable (Jain, 2021) betrachtet wird. In dieser Arbeit wurde der durchschnittliche Konsum ähnlich wie in den ursprünglichen Kultivierungsstudien mittels der Abfrage des konkreten Konsums in Minuten pro Woche erhoben. Unterschieden wurde dabei zwischen einem typischen Tag in der Woche (Montag bis Freitag) und am Wochenende (Samstag und Sonntag). Diese Vorgehensweise richtet sich demnach ebenso nach der Kritik Potters, der eine Abfrage des Durchschnittsmedienkonsums in Stunden pro Tag oder Woche als genauere Variante ansieht (Potter, 1994, S.4). Da sich in dieser Arbeit dabei jedoch nicht auf die gesamten Medien, sondern nur auf ein eingegrenztes Genre und eine Thematik (Nachrichten über Kriege und Konflikte) fokussiert wird, wurde dies auf die Abfrage

in Minuten pro Woche angepasst. In zwei Fragen beantworteten die Proband:innen dabei in einem freien Textfeld, wie viele Minuten sie im Schnitt in der Woche und am Wochenende Nachrichten über Kriege und Konflikte konsumieren:

- 1 Wie oft konsumieren Sie täglich Kriegsnachrichten? Bitte skizzieren Sie einen typischen **Wochentag (Mo-Fr)** und geben Sie die Minutenzahl an

An einem typischen Wochentag konsumiere ich durchschnittlich ca. X Minuten Nachrichten über Kriege.

- 2 Wie oft konsumieren Sie täglich Kriegsnachrichten? Bitte skizzieren Sie einen typischen **Tag am Wochenende (Sa-So)** und geben Sie die Minutenzahl an

An einem typischen Tag am Wochenende konsumiere ich durchschnittlich ca. X Minuten Nachrichten über Kriege.

Für die Auswertung wurden beide Werte kombiniert und ein gewichteter Mittelwert berechnet. Insgesamt zeigte sich die Variable als reliabel ($\alpha = ,849$).

Im Gegensatz zu Gerbner wurden die Teilnehmenden anhand ihres Konsumverhaltens damit nicht in drei Gruppen nach Viel-, Mittel- und Wenigseher:innen eingeteilt. Wie bereits erwähnt erhielt diese feste Einteilung bereits vielseitige Kritik, die sich vor allem auf den unterstellten linearen Zusammenhang fokussiert. Durch eine fehlende feste Abgrenzung der Gruppen durch Schwellenwerte, wurde die Medienexposition so in der Vergangenheit unterschiedlich unterteilt, was zu unterschiedlich klaren Ergebnissen in Bezug auf Kultivierungseffekte führen kann. Der Kritik folgend wurde die Medienexposition in der vorliegenden Arbeit somit als eine metrische Variable gemessen, um die grundlegenden Unterschiede zwischen den verschiedenen Leveln an Konsum zu verdeutlichen. Diesem Vorgehen steht dabei dennoch die Grundannahme eines linearen Zusammenhangs zwischen dem Konsum an Kriegsnachrichten und der mentalen Gesundheit zugrunde.

Da der durchschnittliche Konsum pro Tag unter der Woche und am Wochenende mittels eines offenen Textfeldes abgefragt worden ist, konnten nicht alle Antworten für die Auswertung verwendet werden. Nicht alle Befragten haben auf die offene Frage mit einer genauen Minutenangabe geantwortet. Zur Bereinigung wurden darum alle überflüssigen Wörter wie „Minuten“ oder „ca.“ entfernt, sodass lediglich die angegebene Zahl übrigblieb. Falls eine Zeitspanne angegeben worden ist, wurde der Mittelwert beider Werte genommen und als Minutenzahl verwendet.

Insgesamt mussten zwei Fälle entfernt werden, die keine Minutenzahl angegeben haben⁷. Ebenso wurden alle Fälle in tatsächliche Minutenzahlen umgewandelt, die einen Text mit darüber hinaus gehenden Informationen angegeben haben. Ein Beispiel lautet:

„Gar nicht, jedoch bin ich mir sicher, dass Nachrichtenkonsum über Kriege und Konflikte keine gute Auswirkung auf die Menschen hat.“ Diese wurden in eine Minutenangabe von Null Minuten umgewandelt⁸. Weiter wurden die Angaben mehrerer Zeiten zusammengefasst, wie zum Beispiel in diesem Fall:

„jeden Abend um 19 Uhr für 20 Minuten Nchrichten, in denen es um Kriege und Konflikte geht + ca. insgesamt 15 Min. über Instagram“. Diese Antwort ist folglich zu einer Angabe von 35 Minuten zusammengefasst worden.

Die zusammengeführte Variable erwies sich als reliabel und intern konsistent ($\alpha = ,849$).

3.4.2 Moderator: Anteil der Kriegsnachrichten, der über soziale Medien konsumiert wird

Der Moderator des Modells stellt der Anteil an Kriegsnachrichten da, der über soziale Medien konsumiert wird. Basierend auf den Hypothesen wird davon ausgegangen, dass der potentielle Kultivierungseffekt von Kriegsnachrichtenkonsum bei denjenigen Personen stärker ausfällt, die im Alltag über soziale Medien stetig mit diesen Inhalten konfrontiert werden. Nach der Beantwortung der Fragen zum gesamten Konsum an Kriegsberichterstattung gaben die Befragten dazu auf einer Skala an, wie viel Prozent zwischen 0% und 100% ihres durchschnittlichen Konsums an Kriegsnachrichten auf soziale Medien entfällt:

Bitte denken Sie zurück an die letzten beiden Fragen. Wie viel Prozent ihres durchschnittlichen Konsums von Kriegsnachrichten entfällt dabei auf Social Media Plattformen? (Dazu zählen z.B. der News Feed von abonnierten Kanälen der Nachrichtensender oder Zeitungen; keine Podcasts)

⁷ Angegeben wurde hier die Antwort „Mo-Fr“ anstatt einer Minutenzahl.

⁸ Eine Auflistung aller Fälle, die zu einem Ergebnis von Null Minuten umgewandelt wurden, ist in Anhang 2 zu finden.

3.4.3 Faktoren der mentalen Gesundheit

Für die Operationalisierung des Zustandes der mentalen Gesundheit der Befragten wurde sich an den aktuellen Studien im Kultivierungsbereich orientiert (siehe z.B. Gottschick et al., 2023). Die herausgearbeiteten Faktoren Stresserleben, Angstempfinden, Hoffnungslosigkeit, Erschöpfung und general well being wurden anhand der folgenden Skalen gemessen.

3.4.3.1 Stresserleben

Das Stresserleben der Teilnehmenden wurde mit der Perceived Stress Scale (PSS) nach Cohen et al. (1983) gemessen. Sie gilt als meist verbreitetes Instrument zum Messen von wahrgenommenem Stress, weshalb auch diverse Studien im Kultivierungsbereich (Jain, 2021, Ahsan/ Qazi, 2023) auf sie zurückgreifen. Wahrgenommener Stress bezieht sich dabei auf die Wahrnehmung von Bedrohungen, die sich durch einen Stressor ergeben, für dessen Bewältigung die mentalen Ressourcen fehlen (Teresi et al. 2020; Lazarus/Folkman, 1984). In diesem Fall kann die hohe Exposition an Kriegsberichten als ein solcher Stressor betrachtet werden. Um den Fragebogen insgesamt nicht zu lang zu gestalten und einem vorzeitigen Abbruch möglichst vorzubeugen, wurde die gekürzte Version mit insgesamt zehn Items auf einer fünfstufigen Likert-Skala verwendet (Antworten reichen von „nie“ zu „sehr oft“)⁹. Die von Cohen et al. (1988) später weiter gekürzte Version mit vier Items würde sich in diesem Fall zwar für die Kürze des Fragebogens eignen, jedoch wird dieser Version in Folgeuntersuchungen vermehrt fehlende Reliabilität vorgeworfen (Teresi et al. 2020). Die fünfstufige Skala erweist sich nach Cronbach's Alpha als reliabel und intern konsistent ($\alpha = ,895$). Die Werte der Stichprobe lagen im Durchschnitt bei $M= 2,73$ ($SD = 0,79$), was auf ein moderates Stresserleben der Befragten hindeutet.

3.4.3.2 Angstempfinden

Das Angstempfinden wurde mittels der State-Trait Anxiety Inventory (STAI) nach Spielberger et al. (1981) erhoben. Die Skala misst sowohl den aktuellen Angstzustand (*State-Angst*) als auch die Tendenz zur Angst (*Trait-Angst*) selbst (Spielberger et al., 1970; Laux et al., 1981). Die State-Angst wird als emotionaler

⁹ Alle verwendeten Skalen wurden selbst aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt, sofern keine offizielle deutscher Version vorliegt.

Zustand gesehen, in dem die Angst vor zukünftigen Geschehnissen auftritt (Grimm, 2009; Laux et al., 1981). Die Trait-Angst wiederum wird definiert als „relativ stabile interindividuelle Differenz in der Neigung, Situationen als bedrohlich zu bewerten“ (Grimm, 2009:1 nach Spielberger et al. 1981). Die STAI eignet sich damit besonders für die vorliegende Untersuchung, da sie so sensitiv gegenüber Veränderungen als Reaktion auf wiederholte Medieninhalte ist. Für diese Arbeit wurde die ausgearbeitete deutsche Kurzversion nach Grimm (2009) aus dem Methodenforum der Universität Wien verwendet. Diese wurde anhand der Originalskala nach Spielberger et al. (1981), bzw. ihrer deutschen Übersetzung nach Laux et al. (1981) gekürzt und eignet sich, um die Dauer der Beantwortung nicht zu lang zu gestalten. Gemessen wird die State-Trait-Inventory in der Kurzversion mit jeweils zehn Items, die für die Auswertung jeweils für alle State- und Trait-Aussagen addiert wurden (Frage: *Die folgenden Aussagen treffen auf mich ... zu*). Die fünfstufige Skala reicht von den Antwortmöglichkeiten „stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“. Insgesamt zeigte sie sich nach Cronbach's Alpha als reliabel und stark intern konsistent ($\alpha = ,880$). Der Mittelwert der Stichprobe ($M= 2,61$, $SD = 0,84$) zeigt ein moderates Angstempfinden, welches relativ homogen verteilt ist.

3.4.3.3 Hoffnungslosigkeit

Das Konstrukt Hoffnungslosigkeit ist über die Hopelessness Scale (BHS) nach Beck et al. (1974) und Drinkwater (2023) gemessen worden. Geprägt wurde die Skala für die Untersuchung der Suizidalität von Patient:innen, welche ein Haupt-Merkmal von Depression darstelle. Da diese explizit für klinische Patient:innen zur Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Depression und Suizidalität entwickelt wurde, gibt es Bedenken, wie sie auch auf nicht-klinische Proband:innen angewendet werden kann (Drinkwater et al. 2023). Drinkwater et al. entwickelten diese darum weiter, um besonders auch zwischen niedrigeren Stufen der Hoffnungslosigkeit zu unterscheiden. Die BHS wurde mittlerweile umfangreich validiert und hat sich in vielen klinischen und nicht-klinischen Studien als zuverlässig erwiesen. Das Konstrukt Hoffnungslosigkeit wird in vielen Studien zu Kultivierungseffekten in Bezug auf Nachrichten und der mentalen Gesundheit als Faktor herangezogen (Woodstock, 2014; York, 2013); besonders qualitative Befragungen konnten ein Gefühl von zunehmender Hoffnungslosigkeit und Machtlosigkeit bei Proband:innen messen, die mit einem vermehrten Nachrichtenkonsum einherging (Woodstock,

2014). Die BHS besteht aus 20 Items auf einer dichotomen Skala (Antwortmöglichkeiten „Ja“ oder „nein“). Sie erwies sich nach nach Cronbach's Alpha als reliabel und intern konsistent ($\alpha = ,843$). Der Mittelwert der Stichprobe ($M = 1,75$, $SD = 0,20$) zeigt einen tendenziell geringen Grad an Hoffnungslosigkeit innerhalb der Stichprobe¹⁰.

3.4.3.4 Erschöpfung

Zur Messung der Erschöpfung der Befragten wurde die Copenhagen Burnout Inventory Scale nach Kristensen et al. (2005) herangezogen. Diese misst in ihrer ursprünglichen Form drei Ebenen von Burnout: persönlicher Burnout, arbeitsbezogener Burnout und klientenbezogener Burnout für Personen, die in Pflegeberufen tätig sind. Jeder der drei Ebenen wird dabei getrennt voneinander betrachtet, was ebenso die Möglichkeit ergibt, sich nur auf einen dieser zu beschränken. Da in der vorliegenden Studie der Einfluss des persönlichen Konsums an Kriegsnachrichten untersucht werden soll, wurde sich auf jene Items fokussiert, die Burnout auf der persönlichen Ebene messen (fünfstufige Likert-Skala mit insgesamt sechs Items; Antwortmöglichkeiten reichen von „nie“ zu „sehr oft“). Die Skala zeigte nach Cronbach's Alpha eine hohe interne Konsistenz und Reliabilität ($\alpha = ,871$) und der Mittelwert der Stichprobe ergibt eine relativ moderate Erschöpfung der Proband:innen ($M = 3,1$, $SD = 0,93$). Allerdings zeigt die hohe Standardabweichung eine größere Streuung zwischen den Befragten.

3.4.3.5 Generelles Wohlbefinden

Zuletzt wurde das generelle Wohlbefinden der Befragten mit dem WHO-5 Well Being Index gemessen. Der Well Being Index gehört ebenfalls zu den am häufigsten verwendeten Instrumenten zur Messung mentaler Gesundheit und seine hohe klinische Validität wurde durch Meta-Analysen vielseits bestätigt (Winther Topp et al., 2014). Er wird generell als geeignet beschrieben, um Anzeichen für beispielsweise Depressionen in verschiedenen Forschungsbereichen zu erkennen. Gemessen wird der Index auf einer sechsstufigen Skala mit fünf Items (die Antwortmöglichkeiten fragen die jeweiligen Häufigkeiten der abgefragten Aussagen

¹⁰ Die Skala ist als Einzige so formuliert, dass ein höherer Wert eine bessere mentale Gesundheit (in diesem Fall weniger Hoffnungslosigkeit) indiziert.

ab und reichen von „Immer“ zu „niemals“¹¹). Auch der Well Being Index ergab nach Cronbach's Alpha eine hohe interne Konsistenz und Reliabilität ($\alpha = ,890$). Innerhalb der Stichprobe zeigt der Mittelwert ($M = 3,25$) eine Tendenz zu einem leicht unterdurchschnittlichen Wohlbefinden; allerdings weist die Standardabweichung ebenfalls eine hohe Streuung und Unterschiede zwischen den Proband:innen auf ($SD = 0,99$).

3.4.4 Mediator: Mean World Syndrome

Als Mediator dient in diesem Design die Kultivierungs-Variable *Mean World Syndrome*, um zu untersuchen, welche Weltanschauung Personen mit einem hohen Konsum an Kriegsnachrichten aus diesen Inhalten mitnehmen. Gemessen wurde diese in Anlehnung an die ursprünglichen Kultivierungsforschungen mittels eines eigenem Mean-World-Index, der die Weltanschauung der Befragten widerspiegeln soll. Dieser wurde auf einer fünfstufigen Likert-Skala (1= *Stimme voll zu*, 5= *Stimme überhaupt nicht zu*) mit 13 Items gemessen.

Orientiert wurde sich dabei an den Mean World Indizes, die bereits Gerbner und sein Team sowie spätere Kultivierungs-Forschende verwendeten. Die ursprüngliche Skala besteht dabei jedoch aus nur drei Items, die die negative Weltsicht im Sinne von Misstrauen in Andere und Angst vor fremden Personen abfragen¹². Diese Abfrage erschien für die vorliegenden Untersuchung jedoch als weniger geeignet, da sie im Vergleich zu Gerbners Arbeiten weniger Fokus auf andere Personen per se legt, sondern eher auf eine negative Weltsicht in einem allgemeineren Sinn von Angst vor Chaos, Krieg und globalen Problemen. Hinzu kommt die Kritik, dass der ursprüngliche Mean World Index in den Kultivierungsstudien in der Regel mit Cronbach's Alpha Werten unter .5 nicht als reliabel betrachtet werden können – auch wenn dies von den Forschenden meist ignoriert worden ist (siehe Signorelli, 1999 b). Auch aus diesem Grund wurde für

¹¹ Auch bei dieser Skala stehen höhere Werte so für ein schlechteres generelles Wohlbefinden der Befragten.

¹² Siehe beispielsweise Signorelli (1999 b, S.91):

“1. Would you say that most of the time people try to be helpful, or that they are mostly *just looking out for themselves*?
2. Do you think that most people would *try to take advantage of you* if they got a chance, or would they try to be fair?
3. Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that *you can't be too careful in dealing with people?*”

diese Arbeit ein Index angestrebt, der tatsächlich reliabel ist. Zu diesem Zweck wurde ein neuer Index mit insgesamt 13 Items erstellt, dessen Fragen die allgemeine Weltsicht in Bezug auf Zukunft und Gegenwart der Proband:innen umfassen. Alle der Items zeigten sich dabei als intern konsistent und der Index gilt als reliabel ($\alpha = ,875$). Der Mittelwert der Stichprobe ($M = 3,16$) liegt leicht über dem Durchschnitt und spricht für eine Tendenz zu einer negativeren Weltsicht, die moderate Streuung ($SD = 0,67$) allerdings ebenfalls für eine moderate Varianz.

3.4.5 Kontrollvariablen

Zur Kontrolle von Zusammenhängen durch Drittvariablen wurden die soziodemographischen Daten Alter, Geschlecht, Wohnort und Bildungsgrad abgefragt. Das Alter könnte sich auf den unterstellten Kultivierungseffekt besonders in Bezug auf die Moderator-Variable auswirken: Es kann davon ausgegangen werden, dass junge Personen häufiger soziale Medien nutzen als ältere, und damit auch mehr Kriegsnachrichten über soziale Medien konsumieren. Der moderierende Effekt könnte deshalb bei jüngeren Personen stärker sein. Ebenso können das Geschlecht und der Bildungsgrad einen Einfluss auf das Nutzungsverhalten sozialer Medien und Nachrichtenmedien (vergleiche Kleemanns et al., 2016) nehmen und damit unterschiedliche Effekte bewirken. Zusätzlich kann vermutet werden, dass die Bildung der Personen einen Einfluss auf die kognitive Verarbeitung der konsumierten Inhalte nimmt und so mögliche Kultivierungseffekte schwächt. Zuletzt kann ebenso der Wohnort eine Rolle spielen, da in den hier abgefragten Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz jeweils unterschiedliche Mediensysteme existieren, aus denen eine unterschiedliche Art der Berichterstattung hervorgehen kann (Humprecht et al., 2022).

3.4.5.1 Alter

Das Alter der Befragten wurde mittels vorgegebener Auswahlmöglichkeiten abgefragt, die das Alter in die folgenden Gruppen einteilt:

- 18-29 Jahre (n= 131)
- 30-44 Jahre (n= 36)
- 45-59 Jahre (n= 29)
- >60 Jahre (n= 20)

Da es sich dabei um keine metrische Variable handelt, wurden Dummy-Kodierungen erstellt, um sie mit in die Regression aufnehmen zu können. Als Referenzgruppe wurde die mit den meisten Befragten gewählt; in diesem Fall die Altersgruppe der 18–29-Jährigen (n= 131). Diese Einteilung in Gruppen erlaubt zwar nicht die volle Bandbreite statistischer Auswertungsverfahren, hilft jedoch dabei, die Teilnahmebereitschaft der Befragten im Convenience Sample zu erhöhen. Durch die Angabe von Altersspannen und keiner genauen Daten, wird die Identität der Teilnehmenden besser geschützt und hindert mögliche Rückschlüsse auf bekannte Personen.

3.4.5.2 Wohnort

Auch der Wohnort der Befragten wurde mittels vier verschiedener Antwortmöglichkeiten abgefragt: Deutschland (n= 132), Österreich (n= 78), Schweiz (n= 2) oder Sonstige (n= 4). Die drei Länder wurden bei Erstellung des Fragebogens als wahrscheinlichste Wohnorte der Personen eingeschätzt, die bei Aussendung der deutschsprachigen Umfrage erreicht werden. Auch diese Variable wurde Dummy-kodiert und als Referenzgruppe die mit den meisten Personen gewählt, was in diesem Fall jene Personen mit Wohnsitz in Deutschland sind (n= 132). Es verbleiben die Gruppe der in Österreich wohnhaften Personen und der Gruppe derer, die in der Schweiz oder in einem anderen Land leben¹³.

3.4.5.3 Geschlecht

Zur Beantwortung der Frage nach dem Geschlecht der Befragten wurden die Auswahlmöglichkeiten männlich, weiblich, divers und die Möglichkeit zu keiner Angabe vorgegeben. Die Stichprobe besteht dabei aus einer Mehrheit an Frauen (n= 131), gefolgt von Männern (n= 79) und einem sehr kleinen Teil derer, die sich einem anderen Geschlecht zugehörig fühlen oder keine Angabe machen wollten (divers (n= 2), K.A. (n= 4)). Als Referenzgruppe für die Dummy-Kodierung wurde darum die Gruppe der Frauen als größte Gruppe ausgewählt. Personen, die keine Angabe zu ihrem Geschlecht gemacht haben oder sich als divers identifizieren, wurden durch den kleinen Anteil innerhalb der Stichprobe zusammengefasst.

¹³ Diese wurden aufgrund des kleinen Anteils innerhalb der Stichprobe zusammengefasst.

3.4.5.4 Bildungsgrad

Zuletzt wurden die Proband:innen ebenfalls nach ihrem höchsten aktuellen Bildungsgrad gefragt. Die dafür herangezogene Auflistung der Auswahlmöglichkeiten umfasst die folgenden Kategorien:

- Pflichtschule (n= 1)
- Fach- oder Handelsschule (n= 9)
- Lehre oder Berufsausbildung (n= 22)
- Matura oder Abitur (n= 28)
- Bachelorabschluss (n= 88)
- Master-, Magister- oder Diplomabschluss (n= 63)
- Doktorat (n= 1)
- Sonstige (n= 4)
- Kein Abschluss (n= 0)

Auch diese Variable wurden zur Verwendbarkeit in der Regression wie in Tabelle 4 nachzuvollziehen Dummy-kodiert.

Tabelle 1 Dummy-Kodierung der Kontrollvariable "Bildungsgrad"

Dummy Bildungsgrad	Bildungsgrad
Höherer universitärer Abschluss	Master-, Magister- oder Diplomabschluss; Doktorat
Schulischer Abschluss oder Ausbildung	Matura oder Abitur; Lehre oder Berufsausbildung; Fach- oder Handelsschule, Pflichtschule
Sonstige	Sonstige; Kein Abschluss

Als Referenzgruppe dient die derer Personen mit einem Bachelorabschluss (n= 88) als größte Gruppe.

3.5 Statistische Datenauswertung

Alle Auswertungen wurden mit dem Programm SPSS Statistics und dem SPSS Macro PROCESS nach Andrew F. Hayes durchgeführt.

Zu Beginn wurde eine OLS-Regression zur Überprüfung des linearen Zusammenhangs des Konsums an Kriegsnachrichten und der mentalen Verfassung der Rezipient:innen durchgeführt¹⁴. Dabei wurde jeder Faktor der mentalen Gesundheit in einer eigenen Regression überprüft. Auf Grundlage dieses Tests eines direkten Effekts zwischen der Medienexposition und der mentalen Gesundheit wurden folgend die Hypothesen H1.1-H1.5 und H2 mittels einer moderierten Mediationsanalyse überprüft. Abbildung 1 zeigt das zugrundeliegende Modell mit Einschluss aller fünf Variablen der mentalen Gesundheit.

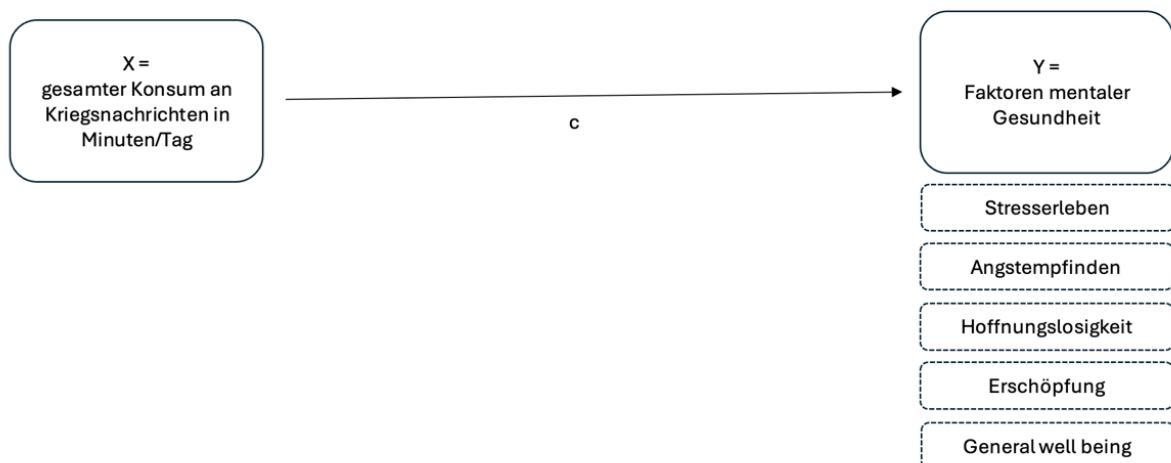


Abbildung 1: Verwendetes Regressionsmodell. Eigene Darstellung

Die anschließende modierte Mediationsanalyse wurde mit dem Makro PROCESS von Andrew F. Hayes für SPSS durchgeführt. Abbildung 2 zeigt die Übersicht des zugrundeliegenden hypothetischen Modells.

¹⁴ Zu diesem Zweck wurden jeweils das Single Item und der gewichtete Mittelwert der Minuten pro Tag getestet; sie Single Item Variable zum Nachrichtenkonsum wurde danach ausgeschlossen, da keine signifikanten Ergebnisse für die einzelnen Outcomes gemessen werden konnten.

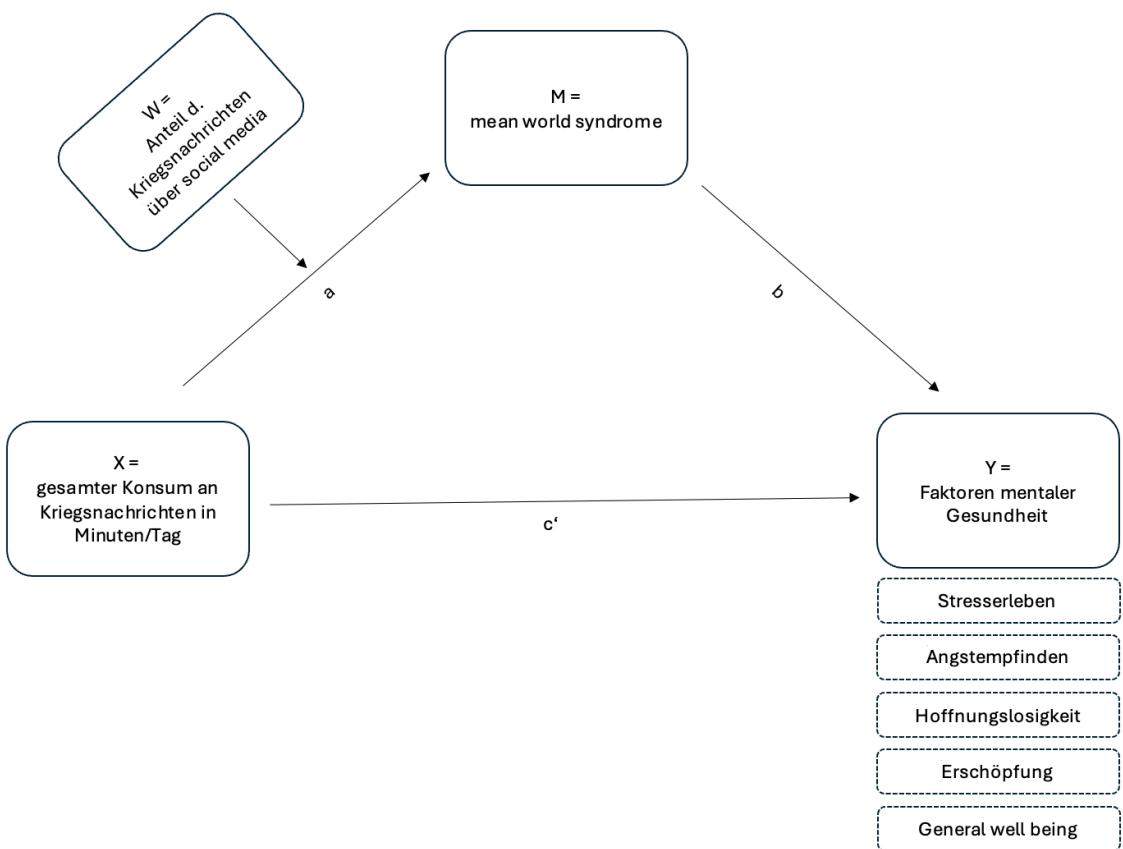


Abbildung 2: Vermuteter Kultivierungseffekt im verwendeten moderierten Mediationsmodell. Eigene Darstellung

Wieder sind alle Outcome-Variablen in einzelnen Mediationsanalysen untersucht worden. Für die Analyse wurden neben dem Mediator (*Mean World*) und dem Moderator (*Anteil der über sozialen Medien konsumierten Kriegsnachrichten*) auch die Kontrollvariablen miteinbezogen. Diese wurden dazu wie bereits erwähnt dummy-kodiert, als Referenzgruppe ist jeweils die größte Gruppe gewählt worden. Für Altersgruppen waren dies 18–29-Jährige ($n = 131$), für Geschlecht weibliche Personen ($n = 131$), für Wohnort Personen aus Deutschland ($n = 132$) und für Bildungsgrad Personen mit einem Bachelorabschluss ($n = 88$).

4. Ergebnisse

Im folgenden Kapitel sollen nun die Ergebnisse der durchgeführten Regressionsanalysen und moderierten Mediationsanalyse präsentiert werden.

4.1 Ergebnisse der Regression

Die Ergebnisse der Regressionsanalysen zeigen, dass der Konsum von Nachrichten über Kriege und Konflikte (in Minuten pro Tag) zwar einen schwachen, jedoch signifikanten Einfluss auf das Angstempfinden ($R^2 = 0,018$, $F(1, 214) = 3,996$, $p = 0,047$), die Hoffnungslosigkeit ($R^2 = 0,052$, $F(1, 214) = 11,821$, $p = >0,001$), die Erschöpfung ($R^2 = 0,025$, $F(1, 214) = 5,527$, $p = 0,020$) und das generelle Wohlbefinden der Rezipient:innen ($R^2 = 0,042$, $F(1, 214) = 4,176$, $p = 0,042$) hat (siehe Abbildung 3). Der negative Zusammenhang zwischen dem Konsum an Kriegsnachrichten und der Hoffnungslosigkeit ist mit der anderen Richtung der Skala zu erklären: Sie ergibt bei einem höheren Wert im Gegensatz zu den anderen Faktoren eine bessere mentale Gesundheit, in diesem Fall weniger Hoffnungslosigkeit. Dabei erklärt der Kriegsnachrichtenkonsum 1,8 Prozent der Varianz im Angstempfinden, 5,2 Prozent in der Hoffnungslosigkeit, 2,5 Prozent in der Erschöpfung und 4,2 Prozent im generellen Wohlbefinden der Personen. Bei einem Anstieg des Nachrichtenkonsums über Kriege steigt das Angstempfinden um 0,006 Einheiten ($p = 0,047$), die Hoffnungslosigkeit um 0,003 Einheiten ($p = 0,047$), die Erschöpfung um ,008 Einheiten ($p = 0,020$) und das generelle Wohlbefinden sinkt um 0,008 Einheiten ($p = 0,042$)¹⁵.

Lediglich für das Stresserleben der Befragten konnte kein signifikanter direkter Effekt gemessen werden ($p = 0,092$), weshalb die Variable für die weitere Analyse ausgeschlossen wurde.

¹⁵ Auch hier ist wichtig zu erwähnen, dass auf der verwendeten Skala ein hoher Wert für ein schlechteres Wohlbefinden steht.

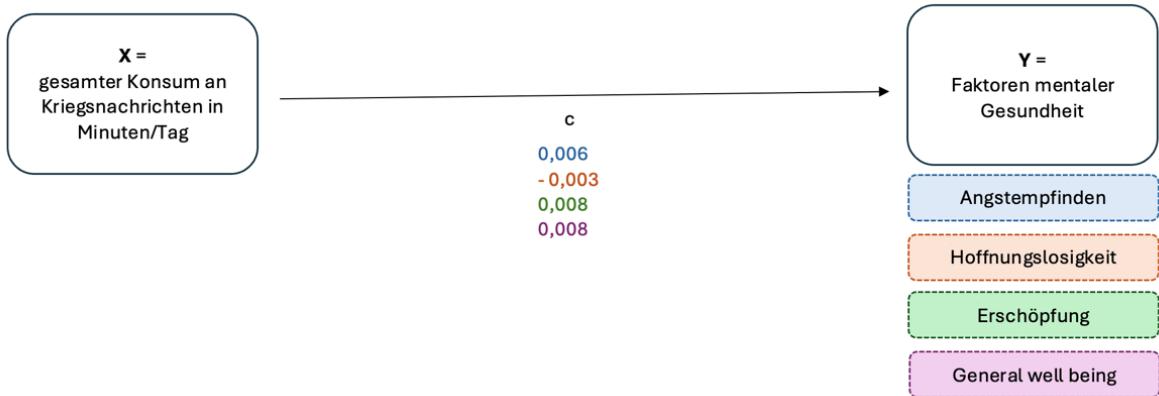


Abbildung 3: Ergebnisse der Regression. Eigene Darstellung

4.2 Ergebnisse der moderierten Mediation

Das Modell erweist sich als insgesamt signifikant ($p= 0,0008$) und es ergeben sich die folgenden direkten und indirekten Effekte. Als signifikante direkte Effekte (c') lassen sich zunächst die Effekte des Konsums an Kriegsnachrichten auf sowohl die Hoffnungslosigkeit ($B= -0,0018$, $p= 0,0202$; BootLLCI= -0,0032, BootULCI= -0,0003) und auf die Erschöpfung der Befragten ($B= 0,0077$, $p= 0,0188$, BootLLCI=0,0013, BootULCI= 0,0141) festhalten. Beide Konfidenzintervalle schließen die Null nicht ein und gelten somit als signifikant. Zusammenfassend zeigt das Modell, dass Menschen, die mehr Kriegsnachrichten konsumieren, hoffnungsloser und erschöpfter sind als jene, die weniger konsumieren. Konkret steigt die Hoffnungslosigkeit der Befragten um 0,0018 Einheiten und die Erschöpfung um 0,0077 Einheiten bei einem Anstieg des Konsums von Kriegsnachrichten (siehe Tabelle 4 und 5). Auch unabhängig von dem Mean World Syndrome nimmt ein hoher Kriegsnachrichtenkonsum somit einen negativeren Einfluss auf die Erschöpfung und die Hoffnungslosigkeit der Befragten.

Zudem konnten mehrere signifikante indirekte Effekte festgestellt werden. Zunächst zeigt sich ein signifikanter Effekt des Kriegsnachrichtenkonsums (a) auf den Mediator Mean World Syndrome ($B= 0,0071$, $p= 0,0098$). Konkret steigt der Grad des Mean World Syndroms der Befragten um 0,0071 Einheiten bei einem Anstieg des Konsums von Kriegsnachrichten. Zusammengefasst bedeutet dies eine leicht negativer verzehrte Weltanschauung als bei Personen, die weniger Kriegsnachrichten konsumieren. Dabei erklärt das Modell 12,62 Prozent der Varianz im Mean World Syndrome der Befragten (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Mean World. Eigene Darstellung

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,3553	0,1262	,4096	3,2002	10,0000	205	,0008
Model	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI	
constant	3,2664	0,0821	39,7548	,0000	3,1025	3,4263	
Konsum Kriegsnachrichten	,0071	,0027	2,6067	,0098	,0017	,0125	
Anteil in sozialen Medien	,0027	,0015	1,8203	,0702	-,0002	0,0057	
Int_1	-,0001	,0001	-,8719	,3843	-,0002	0,0001	

In Bezug auf die Outcome-Variable Angstempfinden konnte ein signifikanter indirekter Effekt des Mean World Syndroms auf das Angstempfinden ($B= 0,4911$, $p= 0,000$) gemessen werden. Bei einem Anstieg des Mean World Syndroms steigt das Angstempfinden der Befragten dabei konkret um 0,4911 Einheiten. Das Modell erklärt dabei 27,34 Prozent der Varianz im Angstempfinden (siehe Tabelle 3). Somit können sowohl die Hypothese H1 als auch H1.2 angenommen werden:

- H1:** Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu einer negativ verzehrten Wahrnehmung der Welt und wirkt sich damit negativ auf die mentale Gesundheit aus ihrer Rezipient:innen aus
- H1.2:** Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu erhöhtem Stresserleben.

Tabelle 3: Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Angstempfinden. Eigene Darstellung

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,5229	,2734	,5336	9,45888	9,0000	206,0000	,0000
Model							
Model	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI	
constant	1,201	,2973	4,0397	,0001	,6149	1,7871	
Konsum Kriegsnachrichten	,0051	,0028	1,8032	,0728	-,0005	,0107	
Mean World	,4911	,0807	6,0862	,0000	,3320	,6502	

In Bezug auf die Hoffnungslosigkeit der Personen konnte ebenfalls ein signifikanter direkter Effekt des Mean World Syndroms auf die Hoffnungslosigkeit gemessen werden ($B = -0,1307$, $p = 0,000$). Genauer steigt die Hoffnungslosigkeit der Befragten um 0,1307 Einheiten bei einem Anstieg des Mean World Syndroms (siehe Tabelle 4). 49,57 Prozent der Varianz in der Hoffnungslosigkeit werden dabei durch das Modell erklärt. Damit kann die Hypothese H1.3 angenommen werden: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu (mentaler) Erschöpfung.

Tabelle 4 Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Hoffnungslosigkeit. Eigene Darstellung

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,4957	,2457	,0322	6,655	9,0000	206,0000	,0000
Model							
Model	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI	
constant	2,1581	,0753	28,6585	,0000	2,0097	2,3066	
Konsum Kriegsnachrichten	-,0018	,0007	-2,3409	,0202	-,0032	-,0003	
Mean World	-,1307	,0223	-5,8528	,0000	-1747	-,0867	

Ebenfalls signifikant stellt sich der indirekte Effekt des Mean World Syndroms auf die Erschöpfung der Befragten heraus ($B = 0,5367$, $p = 0,000$). Bei einem Anstieg des Mean World Syndroms steigt die Erschöpfung um 0,5367 Einheiten, wobei 32,13 Prozent der Varianz der Erschöpfung durch Modell erklärt wird (siehe Tabelle

5). Die Hypothese H1.4 kann folglich angenommen werden: Ein hoher Nach Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu erhöhtem Angstempfinden.

Tabelle 5 Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable Erschöpfung. Eigene Darstellung

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,5684	,3231	,6169	13,8152	9,0000	206,0000	,0000

Model	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,4852	,2941	5,0504	,0000	,9054	2,0650
Konsum Kriegsnachrichten	,0077	,0032	2,3675	,0188	,0013	,0141
Mean World	,5367	,0815	6,5852	,0000	,0013	,6974

Zuletzt ist ebenfalls der indirekte Effekt des Mean World Syndroms auf das generelle Wohlbefinden der Befragten signifikant ($B= 0,5944$, $p= 0,000$). Bei einem Anstieg des Mean World Syndroms sinkt das generelle Wohlbefinden der Befragten um 0,5944 Einheiten. Dabei werden 22,54 Prozent der Varianz im Wohlbefinden durch das Modell erklärt (siehe Tabelle 6). Somit kann Hypothese H1.5 angenommen werden: Ein hoher Nach Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu einer negativ verzehrten Wahrnehmung.

Tabelle 6 Ergebnisse der moderierten Mediation mit der Outcome-Variable generelles Wohlbefinden. Eigene Darstellung

Model summary							
	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,4747	,2254	,8004	7,355	9,0000	206,0000	,0000

Model	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,4360	,3540	4,564	,0001	,7381	2,1340
Konsum Kriegsnachrichten	,0045	,0037	1,2243	,2222	-,0027	,0117
Mean World	,5944	,1016	5,8512	,0000	,3941	,7947

Neben den Outcome-Variablen zum Zustand der mentalen Gesundheit der Befragten ist ebenfalls der Effekt des Moderators gemessen worden. Dieser wurde

in allen Mediationsanalysen als moderierende Variable hinzugefügt. Die Ergebnisse des Index der moderierten Mediation zeigen dabei keine signifikanten Ergebnisse der vier untersuchten Zusammenhänge. Wie in Tabelle 10-14 zu erkennen ist, wird die Null in den Konfidenzintervallen eingeschlossen, wodurch das gesamte Modell als nicht signifikant gilt. Im Detail werden damit weder die Effekte auf das Angstempfinden ($BootLLCI = -.0001$, $BootULCI = .0000$), die Hoffnungslosigkeit ($BootLLCI = .0000$, $BootULCI = .0000$), die Erschöpfung ($BootLLCI = -.0001$, $BootULCI = .0000$) oder das generelle Wohlbefinden der Befragten ($BootLLCI = -.0001$, $BootULCI = .0000$) moderiert. Es ergeben sich jedoch erkennbare Abstufungen bei einer näheren Betrachtung der Schwellenwerte des Anteils an Kriegsnachrichten, die über soziale Medien konsumiert werden: Ein niedriger Anteil an Nachrichten, die über soziale Medien konsumiert werden, scheint den Kultivierungseffekt stärker zu moderieren¹⁶.

Die vorliegenden Kultivierungseffekte durch den Konsum von Kriegsberichten werden somit insgesamt nicht durch den Anteil über soziale Medien konsumierter Inhalte verstärkt. Damit kann Hypothese 2 verworfen werden: Dieser Kultivierungseffekt ist bei denjenigen Personen nicht größer, die Nachrichten vermehrt über soziale Medien beziehen. Stattdessen ist davon auszugehen, dass es sich bei dem Anteil der über soziale Medien konsumierten Nachrichten über Kriege und Konflikte nicht um einen Moderator des Kultivierungseffekts, sondern um einen weiteren Prädiktor des Mean World Syndroms handelt.

Tabelle 7: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable Angstempfinden. Eigene Darstellung

Index der moderierten Mediation:

Angstempfinden

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Soziale Medien	,0000	,0000	-,0001	,0000

¹⁶ Siehe Anhang 3

Tabelle 8: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable Hoffnungslosigkeit. Eigene Darstellung

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Soziale Medien	,0000	,0000	,0000	,0000

Tabelle 9: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable Erschöpfung. Eigene Darstellung

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Soziale Medien	,0000	,0000	-,0001	,0000

Tabelle 10: Indirekter Effekt des Moderators auf den Kultivierungseffekt bei der Outcome-Variable generelles Wohlbefinden. Eigene Darstellung

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Soziale Medien	,0000	,0000	-,0001	,0000

Die gesammelten Ergebnisse der direkten und indirekten Effekte wurden in Abbildung 5 zusammengefasst. Es wird angenommen, dass der Anteil an Kriegsnachrichten, der über soziale Medien konsumiert wird ein weiterer Prädiktor für die negativ verzehrte Weltsicht der Befragten ist. Insgesamt können so die Hypothesen H1.2, H1.3, H1.4 und H1.5 angenommen werden: Ein hoher Konsum von Kriegsberichterstattung führt zu erhöhtem Angstempfinden, erhöhter Hoffnungslosigkeit, Erschöpfung und schlechterem generellen Wohlbefinden. Diese Hälfte der Effekte auf die mentale Gesundheit ist dabei durch den Mediator Mean World Syndrome zu erklären. Der Konsum von Kriegsnachrichten wirkt somit vor

allem indirekt über die (negative) Wahrnehmung der Welt auf die Faktoren der mentalen Gesundheit Angstempfinden, Hoffnungslosigkeit, Erschöpfung und generelle Wohlbefinden. Direkt wirkt der Konsum von Kriegsnachrichten auf die Hoffnungslosigkeit und Erschöpfung der Befragten, wobei beide Effekte durch den Mediator verstärkt werden. Insgesamt sind die indirekten Effekte auf das generelle Wohlbefinden und die Hoffnungslosigkeit dabei am größten; es handelt sich allerdings bei allen Effekten um relativ schwache.

Die Hypothese H1.1 kann wie bereits oben erwähnt verworfen werden, da kein signifikanter direkter Effekt (c) im Regressionsmodell zwischen dem Konsum an Kriegsnachrichten und dem Stresserleben der Befragten gemessen werden konnte. Ein erhöhter Konsum von Kriegsnachrichten nimmt demnach keinen Einfluss auf das Stresserleben der Rezipient:innen¹⁷.

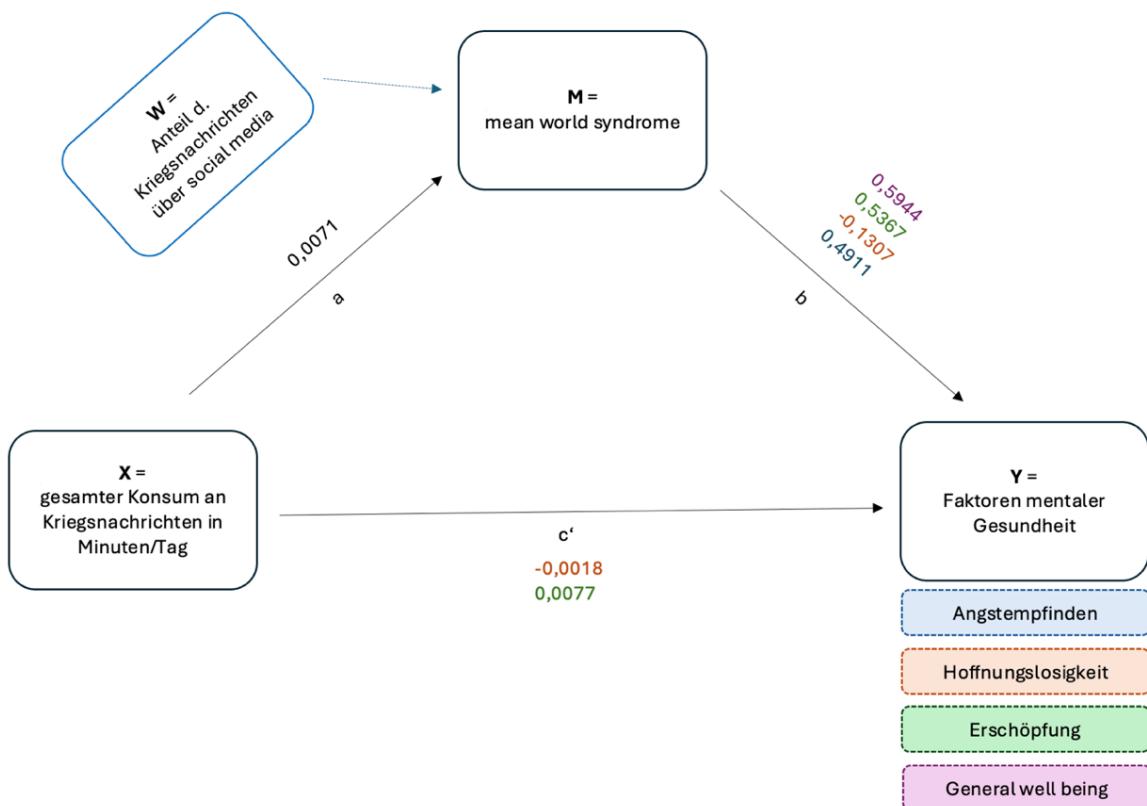


Abbildung 4: Gesammelte Ergebnisse der direkten und indirekten Effekte der moderierten Mediation mit Einschluss aller Kontrollvariablen. Eigene Darstellung

¹⁷ Alle Modelle wurden unter Einschluss der Dummy-kodierten Kontrollvariablen berechnet.

4.3 Diskussion

Das Ziel dieser Arbeit war es, mögliche Kultivierungseffekte durch den Konsum von Kriegsberichten auf die mentale Verfassung ihrer Rezipient:innen zu messen. Unterstellt wurde dabei zusätzlich ein verstärkender Effekt durch die Nutzung von sozialen Medien zum Konsum von solchen Nachrichten. Damit sollten zwei wesentliche Aspekte bisheriger Forschung zusammengeführt werden: Die Erkenntnis über negative Effekte von einerseits Nachrichten und andererseits sozialer Medien auf die mentale Gesundheit ihrer Konsument:innen. Die Arbeit sollte so einen Beitrag zum Verständnis der Rolle von Medienberichterstattung als Vermittler von potentiell negativen Weltbildern leisten, besonders wenn diese gewaltvolle Inhalte wie Konflikte und Kriege umfassen. Somit wurden ebenfalls versucht, das Phänomen einer steigenden angegebenen psychischen Belastung vor allem junger Menschen in Teilen zu erklären. Bereits in frühen Arbeiten Gerbner stellte er selbst die Vermutung auf, dass sich auch einzelne Genres – wie besonders die Nachrichten mit erhöhter Darstellung von Gewaltinhalten – für die Untersuchung kultivierender Effekte eignen. Diese konnten späteren Kultivierungsstudien besonders in Bezug auf die mentale Gesundheit ihrer Rezipient:innen gemessen werden. Ebenso wurde die Theorie vielseitig auf unterschiedliche Bereiche der Nutzung sozialer Medien übertragen.

Teil der vorliegenden Diskussion soll damit zum Einen die Erörterung der präsentierten Ergebnisse und ihre Einordnung in den Bestand vergangener Studien und zum Anderen eine Reflexion über das methodische Vorgehen dieser Arbeit sein.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass eine Anwendung der Kultivierungsthese auf einzelne Genres oder spezifische Medieninhalte wie Nachrichten über Kriege und Konflikte möglich ist. Genauer zeigten sich signifikante Effekte, die für eine Kultivierung des Mean World Syndroms und damit der mentale Gesundheit der Rezipient:innen durch Kriegsnachrichten sprechen. Der Einbezug der sozialen Medien hingegen konnte mit dieser Arbeit jedoch nicht bestätigt werden. Es zeigt sich, dass der Konsum der Kriegsnachrichten über soziale Medien die bestehenden Kultivierungseffekte nicht verstärkt – dies spricht grundsätzlich dafür, dass es sich dabei nicht wie vermutet um einen Moderator des Effekts der Medienexposition handelt, sondern um einen weiteren Prädiktor des Mean World Syndroms. Diese

Vermutung kann in weiterführenden Studien näher untersucht werden. Die direkten signifikanten Effekte des Konsums an Kriegsnachrichten auf die mentale Gesundheit (genauer Hoffnungslosigkeit und Erschöpfung) sind im Vergleich zu den indirekten Effekten des Konsums an Kriegsnachrichten auf das Mean World Syndrom und so auf die mentale Gesundheit der Befragten deutlich kleiner. Dies spricht dafür, dass es sich tatsächlich um einen medierten Kultivierungseffekt handelt und das Mean World Syndrome einen wesentlichen Mechanismus in der Beziehung zwischen Kriegsnachrichtenkonsum und der mentalen Verfassung darstellt: Nicht der Kriegsnachrichtenkonsum an sich wirkt sich negativ auf die mentale Verfassung der Rezipient:innen aus, sondern die durch ihn geformte Sicht auf die Welt beeinflusst ihre Psyche. Die Ergebnisse unterstützen damit die grundlegende Annahme der Kultivierungsthese, dass eine langfristige Medienexposition die Wahrnehmung der Realität in Richtung der konsumierten Inhalte verändert. Ebenfalls lässt dies darauf schließen, dass die Auswirkung auf die mentale Verfassung der Rezipient:innen somit sehr auf die persönliche Interpretation der Inhalte und die daraus resultierende Sicht auf die Realität ankommt.

Genauer betrachtet zeigt die Analyse, dass die verschiedenen gemessenen Faktoren der mentalen Gesundheit unterschiedlich stark durch das Mean World Syndrome und so durch den Konsum von Kriegsnachrichten beeinflusst werden. Die Effekte auf das Angstempfinden, die Erschöpfung und das generelle Wohlbefinden sind dabei deutlich größer als der Effekt auf die Hoffnungslosigkeit der Befragten. Dies könnte daran liegen, dass die Hoffnungslosigkeit im Vergleich zu den anderen Faktoren als ein eher langfristiger Zustand betrachtet werden kann und nicht als eine unmittelbarere Reaktion auf die konsumierten Inhalte. Interessant könnte hier eine genauere Betrachtung des Zusammenhangs der Kriegsnachrichten-Exposition und der Hoffnungslosigkeit vor dem Hintergrund der Resonanztheorie sein: Eine persönliche Betroffenheit könnte hier das Gefühl von Hoffnungslosigkeit mehr beeinflussen als die reine Nachrichtenexposition an sich. Basierend auf den Ergebnissen dieser Arbeit kann so aber festgehalten werden, dass das Konstrukt der Hoffnungslosigkeit gegebenenfalls stärker mit Denkmustern oder Einstellungen verknüpft ist, die nicht allein durch den Konsum an Kriegsnachrichten beeinflusst werden. Weiterführende Forschung könnte demnach auch psychologische Variablen wie beispielsweise die Medienkompetenz, die

politische Einstellung oder die emotionale Resilienz als mögliche Moderatoren des Kultivierungseffekts untersuchen. Darüber hinaus ergab sich in der Regression kein signifikanter direkten Effekt auf das Stresserleben, was ebenfalls dafürspricht, dass dieses durch andere Faktoren stärker beeinflusst wird, als durch den Konsum von Kriegsnachrichten. Hier könnte für zukünftige Forschung interessant sein, ob es einen Unterschied zwischen einem aktiveren und einem passiveren Nachrichtenkonsum gibt und sich dieses Konsumverhalten jeweils anders auf das Stresserleben der Rezipient:innen auswirkt. Es könnte vermutet werden, dass es ebenso Personen gibt, die sich durch einen höheren Kriegsnachrichtenkonsum weniger gestresst fühlen, da sie diese zur eigenen Kontrolle der vorhandenen Informationen nutzen und sich dadurch eher abgesichert fühlen. Eine weiterführende genauere Betrachtung aller hier untersuchten Faktoren der mentalen Gesundheit kann folglich aufschlussreich in Bezug auf den Einfluss von unterschiedlichen Mediennutzungsverhalten sein. Deutlich wurde, dass es neben dem Konsum von Kriegsnachrichten weitere Faktoren geben muss, die sich auf die hier beleuchteten Kennzeichen der mentalen Verfassung der Befragten auswirkt und die Kultivierung in diesem Fall damit nur kleine bis mäßige Effektstärken aufweist. Insgesamt reihen sich die Ergebnisse damit in die Reihe bestehender Kultivierungsstudien mit verhältnismäßig kleiner Effekten ein, was auch für die mögliche Aufnahme anderer Methoden zum Messen der Kultivierung spricht.

Aus wissenschaftlicher Perspektive stellt diese Arbeit eine Verbindung der Untersuchung möglicher Kultivierungseffekte durch Kriegsberichterstattung und der möglichen Beeinflussung der Effektstärke durch soziale Medien dar. Sie baut damit auf die Arbeiten Gerbners und anderer Kultivierungsforschenden auf, indem sie den Anwendungsbereich der Theorie auf ein einzelnes Genre (Kriegsnachrichten) eingrenzt. Es konnte gezeigt werden, dass nicht nur die gesamte Exposition von Medien kultivierende Effekte auf die Wahrnehmung ihrer Rezipient:innen nehmen kann und bestärkt Gerbners Annahme, dass besonders gewaltvolle Inhalte diese die Wahrnehmung der Rezipient:innen in eine negative Richtung beeinflussen. Zudem konnten bisherige Forschungsergebnisse außerhalb der Kultivierungsforschung zu Auswirkungen eines hohen Nachrichten- oder gesamten Medienkonsums in Verbindung mit der Kultivierungsthese gebracht und zur Diskussion beigetragen werden, die Kultivierungsforschung auch auf soziale

Medien anzuwenden. Auch wenn sich diese in dem vorliegenden Modell nicht als Moderator des Kultivierungseffekts herausstellte, legen die Ergebnisse die Vermutung nah, dass sie als weiterer Prädiktor des Mean World Syndroms fungieren und bieten so eine Grundlage für weitere Forschung.

Wie auch Gerbners Ergebnisse müssen jedoch auch die Kultivierungseffekte dieser Arbeit unter den bestehenden Kritiken zum methodischen Vorgehen betrachtet werden. So können die eher kleinen Effektgrößen auch für einen – anders als vermutet und von Gerbner beschriebenen – nicht-linearen Zusammenhang zwischen der Medienexposition und der mentalen Gesundheit sprechen. Wie bereits Potter (1991 b) herausstellt, könnte dies darauf zurückzuführen sein, dass die Effekte stattdessen komplexere Beziehungen aufweisen, die durch eine Regression oder Mediation nicht nachgewiesen werden können (Rossmann, 2008; Potter, 1991 b). Dies lässt zu einer generellen methodischen Reflexion überleiten, die sich insbesondere auf die Unterstellung eines linearen Zusammenhangs zwischen der Nachrichtenexposition und der mentalen Verfassung bezieht. Wie bereits Potter kritisierte, können Kultivierungseffekte als verstärkende Prozesse betrachtet werden, denen andere stärkere Effekte zugrunde liegen. Es kann demnach die Frage gestellt werden, ob lineare Modelle wie die hier durchgeführte Regression und Mediation geeignet sind, um die Kultivierungsthese in ihrer Gänze zu testen. Um Zusammenhänge darzustellen, die durch einen nicht-linearen Zusammenhang erklärt werden könnten, könnten Längsschnittstudien oder experimentelle Designs besser geeignet sein und mögliche neue Effekte nach wiederholter Exposition aufzeigen. Weiterführende Forschung könnte sich demnach zum Beispiel mit der Frage beschäftigen, ob es bestimmte Schwellenwerte gibt, ab denen der Kriegsnachrichtenkonsum starke Kultivierungseffekte bewirkt. Wie auch Gerbners Untersuchungen lässt dieses Querschnittsdesign lediglich eine Momentaufnahme zu und schließt durch die Unterstellung einer linearen Beziehung mögliche weitere – und stärkere – Effekte auf die mentale Gesundheit aus. Die Ergebnisse dieser Studien lassen somit ebenfalls keine kausalen Schlüsse auf die Wirkung eines hohen Konsums an Kriegsnachrichten auf die mentale Verfassung der Rezipient:innen zu. Anders als Gerbner konnte in diesem Fall jedoch durch die Verwendung einer metrischen Variable zur Erhebung des Konsums an Kriegsnachrichten Probleme der nicht klar definierten Gruppeneinteilung in Viel-, Mittel- und Wenigseher:innen umgehen. Die

Ergebnisse weisen hier so dennoch auf einen linearen Anstieg des Mean World Syndroms und so eine Verschlechterung der mentalen Verfassung durch einen höheren Konsum an Kriegsnachrichten hin.

Ebenfalls zu erwähnen ist an dieser Stelle die für diese Arbeit nicht durchgeführte inhaltliche Analyse der Realität, die über Kriegsnachrichten vermittelt wird. Zwar wurde auf eine solche Message-System-Analysis auch von anderen Kultivierungsforschenden vielseitig verzichtet, dennoch kann deshalb nicht ausgeschlossen werden, dass der unterstellte ausschließlich negative Tonus in Kriegsberichten tatsächlich dem entspricht, was berichtet wird und was die Rezipient:innen mitnehmen. So könnten die Ergebnisse in Bezug auf das Stresserleben oder die Hoffnungslosigkeit mit keinen oder deutlich kleineren Effekten darauf hinweisen, dass Kriegsnachrichten für manche Personen reine Informationsquellen darstellen und keinen erheblichen Einfluss auf die mentale Verfassung nehmen. Interessant wäre hier wie bereits erwähnt auch das Nutzungsverhalten der Befragten stärker zu beleuchten. Es kann außerdem nicht ausgeschlossen werden, dass es ebenso Personen gibt, die Inhalte über Kriege oder Konflikte als positiv empfinden, wenn diese in einer positiven Art und Weise verfasst sind. Da für diese Arbeit der Anteil solcher positiven Berichterstattungen wie durch den Friedensjournalismus lediglich als zu gering eingeschätzt wurde, um in der Gesamtheit der Berichte einen positiven Unterschied zu machen, kann nicht auf den tatsächlichen Anteil geschlossen werden. Es besteht die Möglichkeit, dass diese Annahme nicht der realen Verbreitung und die *unterstellte* Medien-Realität damit nicht der *tatsächlichen* Medien-Realität entspricht. Dennoch zeigen die Ergebnisse insgesamt, dass Personen bei einem höheren Konsum an Kriegsberichten eine negativere Weltsicht und so eine insgesamt schlechtere mentale Verfassung vorweisen. Dies spricht dafür, dass die Mehrheit der konsumierten Inhalte von ihnen in einer negativen Weise verarbeitet werden. Kritisch reflektiert werden muss an dieser Stelle jedoch ebenfalls die kleine Stichprobe. Das Sample umfasste nur 216 Fälle, die für die Analyse herangezogen werden konnten. Die Signifikanz der Ergebnisse kann somit insgesamt angezweifelt werden und die aus ihnen gewonnenen Schlüsse können nicht repräsentativ angesehen oder generalisiert werden. Außerdem können die kleinen Effektstärken in Verbindung mit der kleinen Stichprobe auf mögliche andere Effekte sprechen, die das Phänomen tatsächlich erklären. Komplexe Modelle wie die modierte

Mediation erfordern insgesamt größere Samples, um robustere Ableitungen auf direkte und indirekte Effekte der untersuchten Variablen zu treffen.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse Kultivierungseffekte durch den Konsum von Kriegsnachrichten auf die mentale Verfassung ihrer Rezipient:innen in einer negativen Weise. Diese stellten sich als medierte Effekte durch das Mean World Syndrome heraus, das sich durch einen Anstieg des Konsums an Kriegsberichten verstärkt. Entgegen der Vermutung wird dieser Effekt nicht durch den Konsum der Nachrichten über soziale Medien verstärkt und es kann eher davon ausgegangen werden, dass diese ebenso eigenständig auf das Mean World Syndrome wirken. Vor allem in Bezug auf den für diese Arbeit entwickelten Mean World Index kann sich so den Überlegungen von Morgan und Shanahan (2010) angeschlossen und davon ausgegangen werden, dass “television is more likely to teach us societal-level lessons about what ‘the world’ is like, but not necessarily impact our perceptions of our own personal reality, where a much wider range of influences and everyday non-mediated experiences may play a stronger” (Morgan & Shanahan, 2010, S. 343).

Die Kultivierungsthese erweist sich durch diese Ergebnisse als immer noch relevanter Erklärungsversuch der Wirkung von Medieninhalten auf die Wahrnehmung ihrer Rezipient:innen – trotz vielschichtiger Entwicklungen im Mediensystem und dem Mediennutzungsverhalten seit ihrer Entstehung in den 1960er Jahren. Ebenso konnte in Teilen auf bestehende methodische Kritik an der Kultivierungsforschung geantwortet und eine Grundlage für weiterführende Untersuchungen verschiedener Aspekte des Modells geschaffen werden.

5. Fazit und Ausblick

Ziel dieser Arbeit war es, mögliche Kultivierungseffekte von Kriegsnachrichten auf die mentale Verfassung ihrer Rezipient:innen nachzuweisen. Diese konnten für die Faktoren Angstempfinden, Hoffnungslosigkeit, Erschöpfung und das generelle Wohlbefinden bestätigt werden. Es zeigte sich, dass das Mean World Syndrome – also eine negativ verzehrte Sicht auf die Welt – dabei als Mediator fungiert und von einem hohen Konsum an Kriegsnachrichten beeinflusst wird. Dies zeigte, dass nicht der Konsum von Nachrichten über Kriege und Konflikte selbst Grund für eine verschlechterte mentale Verfassung ist, sondern die Art der Verarbeitung dieser Informationen. Nicht bestätigt hat sich die Vermutung, dass diese Kultivierungseffekte durch den Konsum von Nachrichten über soziale Medien verstärkt werden, was eine genauere Betrachtung der sozialen Medien im Kontext von Kultivierungsstudien unterstreicht. Diese Ergebnisse können ebenso als Anzeichen für den Bedarf an Förderung von Medienkompetenz bei Rezipient:innen, Strategien zu einem bewussten Nachrichtenkonsum und dem Fokus auf einer ausgewogenen Berichterstattung sein, in der negative Botschaften nicht überwiegen.

Die Arbeit konnte damit sowohl inhaltlich auf bestehende Ergebnisse der Kultivierungsforschung aufbauen, in dem der Fokus nicht auf den gesamten Medienkonsum, sondern auf spezifische Inhalte gelegt worden ist. Ebenso konnte ein Beitrag zur Diskussion über die methodische Kritik der Kultivierungsanalyse geleistet werden, indem prominente Kritikpunkte erörtert und in Teilen in das vorliegende Modell aufgenommen worden sind.

Abschließend ist damit festzuhalten, dass die Kultivierungsthese nach George Gerbner auch nach über 60 Jahren noch relevant ist und innerhalb der Medienwirkungsforschung als Erklärungsversuch für die Beziehung von Massenmedien und ihren Rezipient:innen herangezogen werden kann. Auch wenn schwache Effektstärken für weitere Variablen sprechen, die sich insgesamt stärker auf die Wahrnehmung und Empfindungen auswirken, spielen die Medien – in diesem Fall Nachrichten über Kriege und Konflikte – ebenso eine entscheidende Rolle in der Verbreitung von Botschaften. Wie diese aussehen liegt in der Hand der Journalist:innen, die mit ihrer Arbeit einen erheblichen Einfluss auf die Verarbeitung

besonders von gewaltvoller Inhalte nehmen. Die Kultivierungsthese kann und sollte weiter auf moderne Medienformaten angewendet werden und besonders psychologische und persönliche Variablen der Proband:innen sollten als mögliche Moderatorvariablen in zukünftigen Untersuchungen betrachtet werden. Ebenso sollte auch die Kultivierungsforschung offen sein, auf bestehenden Ergebnissen mit komplexeren, nicht-linearen Modellen aufzubauen, um ihre Effekte in ihrer Gänze darzustellen.

6. Literaturverzeichnis

- Ahsan, & Qazi. (2023). Exposure to pandemic news on mainstream media: A study of risk perception and perceived stress. *Journal of Asian Development Studies*, 12(3), 1093–1104.
- Akers, R. L., La Greca, A. J., Sellers, C., & Cochran, J. (1987). Fear of Crime and Victimization among the Elderly in Different Types of Communities. *Criminology*, 25(3), 487–506.
- Allen, R. L., & Hatchett, S. (1986). The Media and Social Reality Effects: Self and System Orientations of Blacks. *Communication Research*, 13(1), 97–123.
<https://doi.org/10.1177/009365028601300106>
- Arendt, F. (2010). Cultivation effects of a newspaper on reality estimates and explicit and implicit attitudes. *Journal of Media Psychology*, 22(4), 147–159.
<https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000020>
- Baqir, A., Galeazzi, A., & Zollo, F. (2024). News and misinformation consumption: A temporal comparison across European countries. *PLOS ONE*, 19(5), e0302473.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0302473>
- Bar-Tal, D. (2013). *Intractable Conflicts: Socio-Psychological Foundations and Dynamics* (1. Aufl.). Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139025195>
- Bauer, M. W. (2005). Distinguishing Red and Green Biotechnology: Cultivation Effects of the Elite Press. *International Journal of Public Opinion Research*, 17(1), 63–89.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/edh057>
- Beck, Weissmann, Lester, & Trexler. (1974). The measurement of pessimism: The hopelessness scale. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 861–865.

- Berger-Grabner, D. (2022). *Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften: Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele* (4., überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-39586-5>
- Bilandzic, H., & Busselle, R. W. (2012). A narrative perspective on genre-specific cultivation. *Living with Television Now: Advances in Cultivation Theory and Research*. <https://opus.bibliothek.uni-augsburg.de/opus4/frontdoor/index/index/docId/39576>
- Blank, D. M. (1977a). Final Comments on the Violence Profile The Violence Profile: An Exchange of Views. *Journal of Broadcasting*, 21(3), 287–296.
- Blank, D. M. (1977b). Gerbner Violence Profile, The The Violence Profile: An Exchange of Views. *Journal of Broadcasting*, 21(3), 273–279.
- Boukes, & Vliegenthart. (2017). News consumption and its unpleasant side effect: Studying the effect of hard and soft news exposure on mental well-being over time. *Journal of Media Psychology*, 29(3), 137–147. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000224>
- Bryant, J. (1986). Review and Criticism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30(2), 231–244.
- Bryant, J., Carveth, R. A., & Brown, D. (1981). Television Viewing and Anxiety: An Experimental Examination. *Journal of Communication*, 31(1), 106–119. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1981.tb01210.x>
- Carlson, J. M. (1983). CRIME SHOW VIEWING BY PREADULTS: The Impact on Attitudes Toward Civil Liberties. *Communication Research*, 10(4), 529–552. <https://doi.org/10.1177/009365083010004006>

- Chen. (2020). Examining news engagement on Facebook: Effects of news content and social networks on news engagement. *Mass Communication and Society*, 23(6), 833–857. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1798462>
- Cobb, S. B. (2013). *Speaking of violence: The politics and poetics of narrative dynamics in conflict resolution*. Oxford University Press.
- <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199826209.001.0001>
- Coffin, T. E., & Tuchman, S. (1972a). A Question of Validity: Some Comments on Apples, Oranges, and the Kitchen Sink Violence Ratings: A Dialogue. *Journal of Broadcasting*, 17(1), 31–33.
- Coffin, T. E., & Tuchman, S. (1972b). Rating Television Programs for Violence: A Comparison of Five Surveys Violence Ratings: A Dialogue. *Journal of Broadcasting*, 17(1), 3–20.
- Cohen, & Mermelstein. (1983). A global measure of perceived stress. *Journal of Health and Social Behavior*, 24(4), 385–396. <https://doi.org/10.2307/2136404>
- Cohen, & Williamson. (1988). Perceived stress in a probability sample of the United States. In Spacapan & Oskamp (Hrsg.), *The social psychology of health: Claremont Symposium on applied social psychology* (S. 31–67). Sage.
- Cöster, A., & Shehata, A. (2024). From Cultivation to Self-Cultivation: Alternative Media and Reinforcing Spirals in a Fragmented Media Environment. *International Journal of Communication*, 18(0), Article 0.
- Dominick, J. R., Wurtzel, A., & Lometti, G. (1975). *Television Journalism vs. Show Business: A Content Analysis of Eyewitness News - ProQuest*.
- <https://www.proquest.com/docview/1290614086?parentSessionId=hrkUjanAf0JQL35x%2FIIKWwZaNXNdhuQoAOpn6k0sM2I%3D&pq-origsite=primo&accountid=14682&sourcetype=Scholarly%20Journals&imgSeq=1>

- Drinkwater, Dagnall, Denovan, & Parker. (2023). The General Hopelessness Scale: Development of a measure of hopelessness for non-clinical samples. *PLOS ONE*, 18(6), e0287016. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287016>
- Dutta-Bergman. (2011). Depression and news gathering after September 11: The interplay of affect and cognition. *Communication Research Reports*, 22(1), 7–14. <https://doi.org/10.1080/0882409052000343471>
- Eleey, M. F., Gerbner, G., & Tedesco, N. (1972a). Apples, Oranges, and the Kitchen Sink: An Analysis and Guide to the Comparison of Violence Ratings Violence Ratings: A Dialogue. *Journal of Broadcasting*, 17(1), 21–31.
- Eleey, M. F., Gerbner, G., & Tedesco, N. (1972b). Validity Indeed Violence Ratings: A Dialogue. *Journal of Broadcasting*, 17(1), 34–36.
- Etopio, A. L., & Berthelot, E. R. (2022). Defining and Measuring Fear of Crime: A New Validated Scale Created from Emotion Theory, Qualitative Interviews, and Factor Analyses. *Criminology, Criminal Justice, Law & Society*, 23(1), 46–67. <https://doi.org/10.54555/ccjls.4234.34104>
- Ferguson, D. A. (1994). Measurement of mundane TV behaviors: Remote control device flipping frequency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(1), 35–47. <https://doi.org/10.1080/08838159409364244>
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology*, 39(5), 355–357. <https://doi.org/10.1037/he0000875>
- Geers, S. (2020). News Consumption across Media Platforms and Content. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 332–354. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa010>
- Gerbner, G. (1963). A theory of communication and its implications for teaching. *The nature of teaching*, 33–47.

- Gerbner, G. (1969). Toward „Cultural Indicators“: The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems. *AV Communication Review*, 17(2), 137–148.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*, 1(3–4), 175–194. <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855>
- Gerbner, G., & Gross. (1976a). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172–199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976b). The Scary World of TV's Heavy Viewer. *Psychology Today*, 9(4), 41–45.
- Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1978). Cultural Indicators: Violence Profile No. 9. *Journal of Communication*, 28(3), 176–207. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1978.tb01646.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1979). On Wober's „Televised Violence and Paranoid Perception: The View From Great Britain“. *Public Opinion Quarterly*, 43(1), 123. <https://doi.org/10.1086/268499>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “Mainstreaming” of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10–29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1981a). A Curious Journey into the Scary World of Paul Hirsch. *Communication Research*, 8(1), 39–72. <https://doi.org/10.1177/009365028100800102>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1981b). Final Reply to hirsch. *Communication Research*, 8(3), 259–280. <https://doi.org/10.1177/009365028100800301>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). *Living with Television: The Dynamics of the Cu Itivation Process*.

- Gerbner, G., Morgan, & Signorelli. (2001). Growing up with television: Cultivation processes. In Bryant & Zillmann (Hrsg.), *Media effects: Advances in theory and research* (2. Aufl., S. 43–67). Lawrence Erlbaum Associates.
- Goidel, R. K., Freeman, C. M., & Procopio, S. T. (2006). The Impact of Television Viewing on Perceptions of Juvenile Crime. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(1), 119–139. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5001_7
- Gottschick, Vogt, Müller, & Kornek. (2023). Mental health in Germany in the first weeks of the Russo-Ukrainian war. *BJPsych Open*, 9(3), e21. <https://doi.org/10.1192/bjo.2023.21>
- Grabe, M. E., & Drew, D. G. (2007). Crime Cultivation: Comparisons Across Media Genres and Channels. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(1), 147–171. <https://doi.org/10.1080/08838150701308143>
- Grimm. (2009). *State-Trait-Anxiety Inventory nach Spielberger: Deutsche Lang- und Kurzversion (MF Working Paper 2009/02)*. Universität Wien (Methodenforum).
- Groebel, J. (1999). The UNESCO global study on media violence. *Major Project of Education in Latin America and the Caribbean: bulletin*, 49(52), 49(52), 5–17.
- Gross, K., & Aday, S. (2003). The Scary World in Your Living Room and Neighborhood: Using Local Broadcast News, Neighborhood Crime Rates, and Personal Experience to Test Agenda Setting and Cultivation. *Journal of Communication*, 53(3), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02599.x>
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1981). Using Television to Construct Social Reality. *Journal of Broadcasting*, 25(4), 347–364.
- Hawkins, Robert. P., & Pingree, S. (1990). Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content. In N. Signorelli & M.

- Morgan (Hrsg.), *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research* (S. 35–50). Sage.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Herman, Schultz, & Verhaege. (2023). Cultivation and social media: A meta-analysis. *New Media & Society*, 25(9), 2492–2511.
<https://doi.org/10.1177/14614448231180257>
- Hermann, E., Eisend, M., & Bayón, T. (2020). Facebook and the cultivation of ethnic diversity perceptions and attitudes. *Internet Research*, 30(4), 1123–1141.
<https://doi.org/10.1108/INTR-10-2019-0423>
- Hetsroni, A., & Tukachinsky, R. H. (2006). Television-World Estimates, Real-World Estimates, and Television Viewing: A New Scheme for Cultivation. *Journal of Communication*, 56(1), 133–156. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00007.x>
- Hilty, D. M., Stubbe, D., McKean, A. J., Hoffman, P. E., Zalpuri, I., Myint, M. T., Joshi, S. V., Pakyurek, M., & Li, S.-T. T. (2023). A scoping review of social media in child, adolescents and young adults: Research findings in depression, anxiety and other clinical challenges. *BJPsych Open*, 9(5), e152.
<https://doi.org/10.1192/bjo.2023.523>
- Hirsch, P. M. (1980). The “Scary World” of the Nonviewer and Other Anomalies: A Reanalysis of Gerbner et al.’s Findings on Cultivation Analysis Part I. *Communication Research*, 7(4), 403–456.
<https://doi.org/10.1177/009365028000700401>
- Holbert, R., Shah, D., & Kwak, N. (2004). Fear, Authority, and Justice: Crime-Related TV Viewing and Endorsements of Capital Punishment and Gun Ownership.

- Journalism & Mass Communication Quarterly - JOURNALISM MASS COMMUN*, 81, 343–363. <https://doi.org/10.1177/107769900408100208>
- Holman, E. A., Garfin, D. R., & Silver, R. C. (2014). Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93–98. <https://doi.org/10.1073/pnas.1316265110>
- Hughes, M. (1980). The Fruits of Cultivation Analysis: A Reexamination of Some Effects of Television Watching. *Public Opinion Quarterly*, 44(3), 287. <https://doi.org/10.1086/268597>
- Humprecht, E., Castro Herrero, L., Blassnig, S., Brüggemann, M., & Engesser, S. (2022). Media Systems in the Digital Age: An Empirical Comparison of 30 Countries. *Journal of Communication*, 72(2), 145–164. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab054>
- Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. (2024). JIM-Studie: Wie sich die Mediennutzung Jugendlicher verändert hat. *Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.* <https://www.deutschlands-marktforscher.de/25-jahre-jim-studie-der-wandel-der-mediennutzung-jugendlicher/>
- Intravia, J., Wolff, K. T., Paez, R., & Gibbs, B. R. (2017). Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults. *Computers in Human Behavior*, 77, 158–168. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.047>
- Jain. (2021). The COVID-19 pandemic and positive psychology: The role of news and trust in news on mental health and well-being. *Journal of Health Communication*, 26(5), 317–327. <https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1946219>
- James W. Potter. (1994). „Cultivation Theory and Research“ A Methodological Critique. In Association for Education in Journalism and Mass Communication (Hrsg.), *Journalism Monographs* (S. 35).

- Jamieson, P. E., & Romer, D. (2014). Violence in Popular U.S. Prime Time TV Dramas and the Cultivation of Fear: A Time Series Analysis. *MEDIA AND COMMUNICATION*, 2(2), 31–41.
- Jöckel, S., & Früh, H. (2016). ‘The world ain’t all sunshine’: Investigating the relationship between mean world beliefs, conservatism and crime TV exposure. *Communications*, 41(2), 195–217. <https://doi.org/10.1515/commun-2016-0001>
- Johnson, R. N. (1996). Bad news revisited: The portrayal of violence, conflict, and suffering on television news. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 2(3), 201–216. https://doi.org/10.1207/s15327949pac0203_2
- Johnston, & Davey. (1997). The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries. *British Journal of Psychology*, 88, 85–91.
- Kaim, & Bodas. (2024). The impact of 24/7 news coverage on the mental health of Israelis in the ‘Iron Swords’ War: A cross-sectional analysis among television audience. *Stress and Health*, 40, e3398. <https://doi.org/10.1002/smj.3398>
- Kao, Y.-C., Liu, Y.-P., & Lu, C.-W. (2012). Beck Hopelessness Scale: Exploring its Dimensionality in Patients with Schizophrenia. *Psychiatric Quarterly*, 83(2), 241–255. <https://doi.org/10.1007/s11126-011-9196-9>
- Kaur, M. (2012). Media and Violence in Youth: A Study in the context of the ‘Mean World Syndrome’. *International Journal of Psychology and Counseling*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.37622/IJPC/2.1.2012.31-36>
- Keles, McCrae, & Grealish. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety, and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>

Kellerman, Hayes, & Scott. (2022). The mental health impact of daily news exposure during the COVID-19 pandemic: Ecological momentary assessment study. *JMIR Mental Health*, 9(5), e36966. <https://doi.org/10.2196/36966>

Kenski, K., & Jamieson, K. H. (Hrsg.). (2017). *The Oxford handbook of political communication*. Oxford University Press.

<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.001.0001>

Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93–110.

<https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>

Klimmt, Hefner, Reinecke, Rieger, & Vorderer. (2017). The permanently online and permanently connected mind: Mapping the cognitive structures behind mobile internet use. In Vorderer, Hefner, Reinecke, & Klimmt (Hrsg.), *Permanently online, permanently connected* (S. 18–28). Routledge.

Koch, W. (2023). Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023 Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag ge- nutzt – Instagram ist die Plattform Nummer eins. *Media Perspektiven*, 2023(26), 1–8.

Kothur, & Pandey. (2023). Role of social media news consumption in cultivating opinion polarization. *Information Technology & People*, 36(8), 959–3845.

<https://doi.org/10.1108/ITP-12-2022-0942>

Kristensen, T. S., Borritz, M., Villadsen, E., & Christensen, K. B. (2005). The Copenhagen Burnout Inventory: A new tool for the assessment of burnout. *Work & Stress*, 19(3), 192–207. <https://doi.org/10.1080/02678370500297720>

Laux, Glanzmann, Schaffner, & Spielberger. (1981). *Das State-Trait-Angstinventar*. Hogrefe.

Lazarus, & Folkman. (1984). *Stress, appraisal and coping*. Springer.

Lee, C., & Niederdeppe, J. (2011). Genre-Specific Cultivation Effects: Lagged Associations Between Overall TV Viewing, Local TV News Viewing, and Fatalistic Beliefs About Cancer Prevention. *Communication Research*, 38(6), 731–753.

<https://doi.org/10.1177/0093650210384990>

Lei, X., Matovic, D., Leung, W.-Y., Viju, A., & Wuthrich, V. M. (2024). The relationship between social media use and psychosocial outcomes in older adults: A systematic review. *International Psychogeriatrics*, 1–33.

<https://doi.org/10.1017/S1041610223004519>

Levy, R. (2021). Social Media, News Consumption, and Polarization: Evidence from a Field Experiment. *American Economic Review*, 111(3), 831–870.

<https://doi.org/10.1257/aer.20191777>

Liu, C., & Liu, Y. (2020). Media exposure and anxiety during COVID-19: The mediation effect of media vicarious traumatization. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph17134720>

Lowry, D. T., Nio, T. C. J., & Leitner, D. W. (2003). Setting the Public Fear Agenda: A Longitudinal Analysis of Network TV Crime Reporting, Public Perceptions of Crime, and FBI Crime Statistics. *Journal of Communication*, 53(1), 61–73.

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03005.x>

Lueck, Paredes, & Maggio. (2021). Suicidal ideation during the COVID-19 pandemic: Investigating mental health, COVID-19 health beliefs, and news media consumption in the United States population in the year 2020. *Journal of Death and Dying*, 88(3), 1168–1180. <https://doi.org/10.1177/00302228211062361>

Maier, S. (o. J.). *All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspapers, Television, and Radio*. <https://doi.org/10.1177/107769901008700307>

Matsa, & Shearer. (2018). *News use across social media platforms 2018*. Pew Reserach Center.

Matthes, J., Karsay, Schmuck, D., & Stevic. (2020). "Too much to handle": Impact of mobile social networking sites on information overload, depressive symptoms, and well-being. *Computers in Human Behavior*, 105, 106217.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106217>

Maurer, M., Jost, P., Kruschinski, S., & Haßler, J. (2023). Inkonsistent einseitig: Die Medienberichterstattung über Geflüchtete 2015–2020. *Publizistik*, 68(1), 13–35.

<https://doi.org/10.1007/s11616-022-00769-1>

McLaughlin, Arendt, F., Scherr, & Zeng. (2022). Caught in a dangerous world: Problematic news consumption and its relationship to mental and physical ill-being. *Health Communication*, 38(12), 168–181.

<https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2106086>

Mediennutzung der älteren Generation – Ergebnisse der SIM-Studie. (o. J.). Abgerufen 10. Dezember 2024, von <https://www.medienkompass.de/mediennutzung-der-aelteren-generation-ergebnisse-der-sim-studie-seniorinnen-information-medien-1>

Minnebo, J. (2000). Fear of Crime and Television Use: A Uses and Gratifications Approach. *Communications*, 25(2). <https://doi.org/10.1515/comm.2000.25.2.125>

Mladenović, M., Ošmjanski, V., & Stanković, S. V. (2022). Cyber-aggression, Cyberbullying, and Cyber-grooming: A Survey and Research Challenges. *ACM Computing Surveys*, 54(1), 1–42. <https://doi.org/10.1145/3424246>

Morgan, M. (1986). Television and the erosion of regional diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30(2), 123–139.

<https://doi.org/10.1080/08838158609386615>

Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The State of Cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337–355. <https://doi.org/10.1080/08838151003735018>

- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). Yesterday's New Cultivation, Tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5), 674–699.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1072725>
- Morgan, M., & Signorelli, N. (1990). Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology. In N. Signorelli & M. Morgan (Hrsg.), *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research* (S. 13–34). Sage.
- Nabi, R. L., & Sullivan, J. L. (o. J.). *Does Television Viewing Relate to Engagement in Protective Action Against Crime?* <https://doi.org/10.1177/009365001028006004>
- Naslund, Aschbrenner, Marsch, & Bartels. (2019). Social media and mental health: Benefits, risks, and opportunities for research and practice. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 5(3), 245–257. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00134-x>
- Newcomb, H. (1978). Assessing the Violence Profile Studies of Gerbner and Gross: A Humanistic Critique and Suggestion. *Communication Research*, 5(3), 264–282.
<https://doi.org/10.1177/009365027800500303>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Ross Arguedas, A., & Nielsen, R. K. (2024). *Reuters Institute digital news report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/RISJ-VY6N-4V57>
- Norris, & Stevens. (2007). Community resilience and the principles of mass trauma intervention. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 70(4), 320–328.
<https://doi.org/10.1521/psyc.2007.70.4.320>
- O'Keefe, G. J., & Reid-Nash, K. (o. J.). *Department of Mass Communications University of Denver Denver, Colorado 80208*.
- Pallinger, J. (2023): Was sich dem allgemeinen Pessimismus entgegensetzen lässt. Der Standard, 26.12. 2023. URL:
<https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/studie-jugend-100.html>

- Perse, E. M. (1990). Involvement with Local Television News Cognitive and Emotional Dimensions. *Human Communication Research*, 16(4), 556–581.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1990.tb00222.x>
- Perse, E. M. (1999). Cultivation and Involvement with Local Television News. In N. Signorelli & M. Morgan (Hrsg.), *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research*.
- Pfefferbaum, B., Newman, E., Nelson, S. D., Nitiéma, P., Pfefferbaum, R. L., & Rahman, A. (2014). Disaster Media Coverage and Psychological Outcomes: Descriptive Findings in the Extant Research. *Current Psychiatry Reports*, 16(9), 464. <https://doi.org/10.1007/s11920-014-0464-x>
- Pfefferbaum, B., Nitiéma, P., & Newman, E. (2021). The association of mass trauma media contact with depression and anxiety: A meta-analytic review. *Journal of Affective Disorders Reports*, 3, 100063. <https://doi.org/10.1016/j.jadr.2020.100063>
- Potter, W. J. (1993). Cultivation Theory and Research.: A Conceptual Critique. *Human Communication Research*, 19(4), 564–601. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1993.tb00313.x>
- Potter, W. J. (2014). A Critical Analysis of Cultivation Theory: Cultivation. *Journal of Communication*, 64(6), 1015–1036. <https://doi.org/10.1111/jcom.12128>
- Potter, W. J., & Chang, I. C. (1990). Television Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34(3), 313–333.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rath, K. (2022). The Rhetoric of Covid-19: Numbers and Stats and Maps – Oh My! *Communication*, 48(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/02500167.2022.2058041>

Reber, B. H., & Chang, Y. (o. J.). *Assessing Cultivation Theory and Public Health Model for Crime Reporting*. <https://doi.org/10.1177/073953290002100407>

Reinecke, & Trepte. (2014). The social side of health: How health-related social media use drives well-being and health information seeking. *Computers in Human Behavior*, 39, 243–252. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.047>

Romer, D., Jamieson, K. H., & Aday, S. (2003). Television News and the Cultivation of Fear of Crime. *Journal of Communication*, 53(1), 88–104.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03007.x>

Rosenberg, M. (1957). *Occupations and Values*. Free Press.

Rosenberger, J. S., Dierenfeldt, R., & Ingle, H. (2023). Media Consumption and Fear of Crime: Evidence of the Need for an Intersectional Approach. *Victims & Offenders*, 18(4), 691–714. <https://doi.org/10.1080/15564886.2021.1991069>

Rossmann, C. (2008). *Fiktion Wirklichkeit*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
<https://doi.org/10.1007/978-3-531-90845-8>

Rossmann, C. (2013). Kultivierungsforschung: Idee, Entwicklung und Integration. In W. Schweiger & A. Fahr (Hrsg.), *Handbuch Medienwirkungsforschung* (S. 207–223). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18967-3_10

Rouner, D. (1984). Active Television Viewing and the Cultivation Hypothesis. *Journalism Quarterly*, 61(1), 168–174.
<https://doi.org/10.1177/107769908406100125>

Rubin, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). LONELINESS, PARASOCIAL INTERACTION, AND LOCAL TELEVISION NEWS VIEWING. *Human Communication Research*, 12(2), 155–180. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1985.tb00071.x>

Rubin, A. M., Perse, E. M., & Taylor, D. S. (1988). A Methodological Examination of Cultivation. *Communication Research*, 15(2), 107–134.

<https://doi.org/10.1177/009365088015002001>

Ryan, T., Allen, K. A., Gray, D. L., & McInerney, D. M. (2017). How Social Are Social Media? A Review of Online Social Behaviour and Connectedness. *Journal of Relationships Research*, 8, e8. <https://doi.org/10.1017/jrr.2017.13>

Schuster, M. A., Stein, B. D., Jaycox, L. H., Collins, R. L., Marshall, G. N., Elliott, M. N., Zhou, A. J., Kanouse, D. E., Morrison, J. L., & Berry, S. H. (2001). A National Survey of Stress Reactions after the September 11, 2001, Terrorist Attacks. *New England Journal of Medicine*, 345(20), 1507–1512.

<https://doi.org/10.1056/NEJM200111153452024>

Segrin, C., & Nabi, R. L. (2002). Does Television Viewing Cultivate Unrealistic Expectations About Marriage? *Journal of Communication*.

Shaikh, S. J. (2017). Television Versus the Internet for Information Seeking: Lessons From Global Survey Research. *International Journal of Communication*, 2017(11), 4744–4756.

Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research* (1. Aufl.). Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/CBO9780511488924>

Shoshani, A., & Slone, M. (2008). The Drama of Media Coverage of Terrorism: Emotional and Attitudinal Impact on the Audience. *Studies in Conflict & Terrorism*, 31(7), 627–640. <https://doi.org/10.1080/10576100802144064>

Shrum, L. (2006). Processing strategy moderates the cultivation effect. *Human Communication Research*, 27(1), 94–120. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00777.x>

- Shrum, L. J. (1996). Psychological Processes Underlying Cultivation Effects Further Tests of Construct Accessibility. *Human Communication Research*, 22(4), 482–509. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1996.tb00376.x>
- Signorelli, N. (1990 a). Televisions' mean and dangerous world: A continuation of the cultural indicators perspective. In N. Signorelli & M. Morgan (Hrsg.), *New Directions in Media Effects Research* (S. 85–106).
- Signorielli, N. (Hrsg.). (1990 b). *Cultivation analysis: New directions in media effects research*. Sage.
- Skowronski, M., Busching, R., & Krahé, B. (2021). Predicting Adolescents' Self-Objectification from Sexualized Video Game and Instagram Use: A Longitudinal Study. *Sex Roles*, 84(9–10), 584–598. <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01187-1>
- Stainback, K., Hearne, B. N., & Trieu, M. M. (2020). COVID-19 and the 24/7 News Cycle: Does COVID-19 News Exposure Affect Mental Health? *Socius*, 6, 2378023120969339. <https://doi.org/10.1177/2378023120969339>
- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta)Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87–97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Teresi, J. A., Ocepek-Welikson, K., Ramirez, M., Kleinman, M., Ornstein, K., Siu, A., & Luchsinger, J. (2020). Evaluation of the measurement properties of the Perceived Stress Scale (PSS) in Hispanic caregivers to patients with Alzheimer's disease and related disorders. *International Psychogeriatrics*, 32(9), 1073–1084. <https://doi.org/10.1017/S1041610220000502>
- Topp, C. W., Østergaard, S. D., Søndergaard, S., & Bech, P. (2015). The WHO-5 Well-Being Index: A Systematic Review of the Literature. *Psychotherapy and Psychosomatics*, 84(3), 167–176. <https://doi.org/10.1159/000376585>

Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorelli, N. (2018). *Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users.* <https://doi.org/10.1177/1461444816660731>

Wang, McKee, Torbica, & Stuckler. (2023). Systematic review: Health system factors influencing access to diagnostic imaging services. *BMJ Global Health*, 6(4), 1–9. <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2023-007336>

Weaver, J., & Wakshlag, J. (1986). Perceived vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30(2), 141–158. <https://doi.org/10.1080/08838158609386616>

Weitzer, R., & Kubrin, C. E. (2004). Breaking news: How local TV news and real-world conditions affect fear of crime. *Justice Quarterly*, 21(3), 497–520. <https://doi.org/10.1080/07418820400095881>

Wober, J. M. (1978). Televised Violence and Paranoid Perception: The View From Great Britain. *Public Opinion Quarterly*, 42(3), 315. <https://doi.org/10.1086/268455>

Wundersee, P. (2024): So pessimistisch wie noch nie. Tagesschau, 23.4.2024. URL: <https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/studie-jugend-100.html>

Wünsch, C., Nitsch, C., & Eilders, C. (2012). Politische Kultivierung am Vorabend. Ein prolonged-exposure-Experiment zur Wirkung der Fernsehserie „Lindenstraße“. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(2), 176–196. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2012-2-176>

Inhaltsverzeichnis

Anhang	94
Anhang 1: Angaben zu Hilfsmitteln	94
Anhang 2: Umgewandelte Antworten	94
Anhang 3: SPSS-Ausgabe	95

Anhang

Anhang 1: Angaben zu Hilfsmitteln

In der vorliegenden Arbeit wurde auf technische Hilfsmittel zurückgegriffen, die im Sinne der Transparenz im Folgenden dargelegt werden sollen.

Zur Verständlichkeit fremdsprachiger Studien und zur Übersetzung des Abstracts auf englisch wurde auf DeepL (<https://www.deepl.com/de/translator>) als Übersetzungs-Plattform zurückgegriffen.

Zudem wurde die künstliche Intelligenz ChatGPT (<https://chatgpt.com>) des Anbieters OpenAI zu Recherchezwecken, dem Formulieren von Synonymen und der erneuten Überprüfung der Ergebnisse der Datenanalyse verwendet.

Zuletzt ist die Literaturverwaltungssoftware Zotero (<https://www.zotero.org>) zur Organisation und Sammlung der verwendeten Literatur verwendet worden.

Datensatz und Überprüfung

Aufgrund der Größe des Datensatzes wurde die Ausgabe, die Syntax und der Datensatz der Arbeit zur Nachvollziehbarkeit im Sinne der Open Science Prinzipien in einem Ordner auf Google Drive gesammelt und nochmals als externe Beilagen in u:space dieser Arbeit hochgeladen. Durch die Größer der Syntax-Datei bei Mediationsanalysen wurde für die hier verwendeten moderierten Mediationen und Regressionen eine eigene Syntax und eine eigene Ausgabe erstellt. Ebenso wurde der exportierte Fragebogen aus Soscisurvey als PDF-Datei beigefügt.

Der Ordner im Google Drive kann unter dem folgenden Link aufgerufen werden:

https://drive.google.com/drive/folders/15Cc01N3tg9tce2khQOKGnqOluClc9rbQ?usp=drive_link

Anhang 2: Umgewandelte Antworten

In Anhang 2 befindet sich eine Auflistung aller Antworten zur Abfrage des durchschnittlichen Konsums an Kriegsnachrichten unter der Woche und am Wochenende, die für die Verarbeitung in SPSS in Zahlenwerte geändert worden sind.

Diese Antworten waren die folgenden:

Umgewandelte Fälle, die als Null Minuten gewertet worden sind:

- „Meistens 0 Minuten. Wenn überhaupt nur zufällig 1-2 Beiträge.“
- „Ich schaue aktiv keine Nachrichten mehr und bekomme "nur" noch mit, was ich über Bekannte erfahre, über Instagram“
- „<1 Minute“
- „Es sind eher paar Sekunden. Wenn ich es beeinflussen kann schalte ich diese/solche Nachrichten sofort weg.“
- „Gar nicht, jedoch bin ich mir sicher, dass Nachrichtenkonsum über Kriege und Konflikte keine gute Auswirkung auf die Menschen hat.“
- „>1 Minute“

Fälle, die als andere Minutenzahl gewertet worden sind:

- „jeden Tag ca. 2h -> kommt drauf an wie viel Zeit ich auf Sozialenmedien verbringe“ wurde als 120 Minuten gewertet
- „jeden Abend um 19 Uhr für 20 Minuten Nachrichten, in denen es um Kriege und Konflikte geht + ca. insgesamt 15 Min. über Instagram“ → 35 Minuten
- „Ich versuche die Minutenanzahl bewusst gering zu halten, aber wenn doch mal dann ca. 20 min“ wurde als 20 Minuten gewertet
- „An einem typischen Wochentag konsumiere ich durchschnittlich ca. .5 Minuten Nachrichten über Kriege und Konflikte.“ Wurde als 5 Minuten gewertet
- „An einem typischen Tag am Wochenende konsumiere ich durchschnittlich ca. 5 Minuten Nachrichten über Kriege und Konflikte.“ Wurde als 5 Minuten gewertet

Anhang 3: SPSS-Ausgabe

In Anhang 3 befinden sich die Ergebnisse der SPSS-Datenanalyse zur moderierten Mediation, die über Screenshots festgehalten worden sind. Alle weiteren Ergebnisse der Datenanalyse befinden sich in den externen Anlagen dieser Arbeit. Aufgrund der Größe der Datei der Mediation sind diese zur besseren Übersicht nochmals hier festgehalten.

Ergebnisse der moderierten Moderation für die Outcome-Variable Stresserleben:

Matrix

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
 Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

Model : 7
 Y : Stress
 X : KN_Minut
 M : meanworf
 W : Social_M

Covariates:

Dummy_30 Dummy_45 Dummy_60 Dummy_0e Dummy_Ma Dummy_Sc Dummy_Un

Sample
 Size: 216

OUTCOME VARIABLE:
 meanworf

Model Summary

R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
,3553	,1262	,4096	3,2002	10,0000	205,0000	,0008

Model

	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	3,2644	,0821	39,7548	,0000	3,1025	3,4263
KN_Minut	,0071	,0027	2,6067	,0098	,0017	,0125
Social_M	,0027	,0015	1,8203	,0702	-,0002	,0057
Int_1	-,0001	,0001	-,8719	,3843	-,0002	,0001
Dummy_30	,0240	,1363	,1764	,8601	-,2447	,2928
Dummy_45	-,1140	,1557	-,7321	,4650	-,4211	,1930
Dummy_60	-,0023	,1825	-,0127	,9899	-,3621	,3574
Dummy_0e	-,1782	,0998	-1,7858	,0756	-,3750	,0185
Dummy_Ma	-,2888	,1027	-2,8138	,0054	-,4912	-,0865
Dummy_Sc	,0809	,1285	,6294	,5298	-,1725	,3343
Dummy_Un	,1937	,1172	1,6518	,1001	-,0375	,4248

Product terms key:

Int_1 : KN_Minut x Social_M

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

R2-chng	F(HC3)	df1	df2	p
X*W ,0035	,7602	1,0000	205,0000	,3843

Focal predict: KN_Minut (X)
 Mod var: Social_M (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:

Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

```

DATA LIST FREE/
    KN_Minut  Social_M  meanworf  .
BEGIN DATA.
    -16,1964  -37,4774  2,9121
    ,0000  -37,4774  3,0601
    18,2377  -37,4774  3,2268
    -16,1964  ,0000  3,0470
    ,0000  ,0000  3,1627
    18,2377  ,0000  3,2930
    -16,1964  37,4774  3,1819
    ,0000  37,4774  3,2653
    18,2377  37,4774  3,3592
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
    KN_Minut WITH      meanworf BY      Social_M .

```

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
,0046	,0036	1,2813	,2015	-,0025	,0117

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:

KN_Minut → meanworl → Stress

Social_M	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
-37,4774	,0036	,0017	,0007	,0074
,0000	,0028	,0013	,0007	,0057
37,4774	,0020	,0016	-,0007	,0055

Index of moderated mediation:

Social_M	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
	,0000	,0000	-,0001	,0000

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

W values in conditional tables are the mean and +/- SD from the mean.

NOTE: A heteroscedasticity consistent standard error and covariance matrix estimator was used.

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:

Social_M KN_Minut

WARNING: Variables names longer than eight characters can produce incorrect output when some variables in the data file have the same first eight characters. Shorter variable names are recommended. By using this output, you are accepting all risk and consequences of interpreting or reporting results that may be incorrect.

----- END MATRIX -----

Ergebnisse für die Outcome-Variable Angstempfinden:

OUTCOME VARIABLE:
Angst

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,5229	,2734	,5336	9,4588	9,0000	206,0000	,0000

Model

	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,2010	,2973	4,0397	,0001	,6149	1,7871
KN_Minut	,0051	,0028	1,8032	,0728	-,0005	,0107
meanworf	,4911	,0807	6,0862	,0000	,3320	,6502
Dummy_30	-,2315	,1394	-1,6604	,0983	-,5065	,0434
Dummy_45	-,4496	,1501	-2,9958	,0031	-,7455	-,1537
Dummy_60	-,5175	,2381	-2,1736	,0309	-,9869	-,0481
Dummy_0e	-,0108	,1069	-,1013	,9194	-,2215	,1999
Dummy_Ma	-,1809	,1184	-1,5280	,1281	-,4143	,0525
Dummy_Sc	,2158	,1306	1,6526	,0999	-,0417	,4733
Dummy_Un	,0288	,1227	,2349	,8145	-,2131	,2707

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
,0051	,0028	1,8032	,0728	-,0005	,0107

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:

KN_Minut → meanworf → Angst

Social_M	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
-37,4774	,0045	,0019	,0008	,0086
,0000	,0035	,0014	,0008	,0065
37,4774	,0025	,0019	-,0011	,0066

Index of moderated mediation:

Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI	
Social_M	,0000	,0000	-,0001	,0000

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

Ergebnisse für die Outcome-Variable Hoffnungslosigkeit:

OUTCOME VARIABLE:

Hoffnung

Model Summary

R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
,4957	,2457	,0322	6,6550	9,0000	206,0000	,0000

Model

	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,1581	,0753	28,6585	,0000	2,0097	2,3066
KN_Minut	-,0018	,0007	-2,3409	,0202	-,0032	-,0003
meanworf	-,1307	,0223	-5,8528	,0000	-,1747	-,0867
Dummy_30	-,0156	,0399	-,3910	,6962	-,0943	,0631
Dummy_45	,0391	,0328	1,1906	,2352	-,0256	,1038
Dummy_60	-,0393	,0485	-,8097	,4191	-,1348	,0563
Dummy_0e	,0033	,0269	,1238	,9016	-,0497	,0563
Dummy_Ma	-,0223	,0277	-,8051	,4217	-,0769	,0323
Dummy_Sc	,0028	,0376	,0742	,9409	-,0713	,0768
Dummy_Un	,0453	,0302	1,4994	,1353	-,0143	,1048

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
-,0018	,0007	-2,3409	,0202	-,0032	-,0003

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:

KN_Minut → meanworf → Hoffnung

Social_M	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
-37,4774	-,0012	,0005	-,0024	-,0002
,0000	-,0009	,0004	-,0018	-,0002
37,4774	-,0007	,0005	-,0018	,0003

Index of moderated mediation:

Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Social_M	,0000	,0000	,0000

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

Ergebnisse für die Outcome-Variable Erschöpfung:

OUTCOME VARIABLE:
Erschöp

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,5684	,3231	,6169	13,8152	9,0000	206,0000	,0000

Model

	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,4852	,2941	5,0504	,0000	,9054	2,0650
KN_Minut	,0077	,0032	2,3675	,0188	,0013	,0141
meanworf	,5367	,0815	6,5852	,0000	,3761	,6974
Dummy_30	,0546	,1700	,3211	,7485	-,2806	,3898
Dummy_45	-,2962	,1847	-1,6040	,1102	-,6603	,0679
Dummy_60	-,1432	,2291	-,6249	,5327	-,5949	,3085
Dummy_0e	-,0860	,1137	-,7564	,4503	-,3101	,1381
Dummy_Ma	-,4924	,1302	-3,7822	,0002	-,7491	-,2357
Dummy_Sc	,3816	,1477	2,5829	,0105	,0903	,6728
Dummy_Un	,0625	,1405	,4451	,6567	-,2145	,3396

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
,0077	,0032	2,3675	,0188	,0013	,0141

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:

KN_Minut → meanworf → Erschöp

Social_M	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
-37,4774	,0049	,0021	,0008	,0096
,0000	,0038	,0016	,0008	,0075
37,4774	,0028	,0021	-,0011	,0073

Index of moderated mediation:

Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI	
Social_M	,0000	,0000	-,0001	,0000

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

Ergebnisse für die Outcome-Variable generelles Wohlbefinden:

OUTCOME VARIABLE:

wellbein

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F(HC3)	df1	df2	p
	,4747	,2254	,8004	7,3550	9,0000	206,0000	,0000

Model

	coeff	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,4360	,3540	4,0564	,0001	,7381	2,1340
KN_Minut	,0045	,0037	1,2243	,2222	-,0027	,0117
meanworl	,5944	,1016	5,8512	,0000	,3941	,7947
Dummy_30	-,0228	,1906	-,1196	,9049	-,3986	,3530
Dummy_45	-,3322	,2002	-1,6593	,0986	-,7270	,0625
Dummy_60	-,3388	,2582	-1,3119	,1910	-,8479	,1704
Dummy_0e	-,1854	,1263	-1,4675	,1438	-,4345	,0637
Dummy_Ma	-,0173	,1417	-,1220	,9030	-,2967	,2621
Dummy_Sc	,2948	,1669	1,7671	,0787	-,0341	,6238
Dummy_Un	,0250	,1555	,1607	,8725	-,2816	,3316

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se(HC3)	t	p	LLCI	ULCI
,0045	,0037	1,2243	,2222	-,0027	,0117

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:

KN_Minut → meanworl → wellbein

Social_M	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
-37,4774	,0054	,0024	,0009	,0108
,0000	,0042	,0018	,0009	,0082
37,4774	,0031	,0023	-,0014	,0079

Index of moderated mediation:

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Social_M	,0000	,0000	-,0001	,0000

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000