



Freya Sukalla

Narrative Persuasion



Nomos

Konzepte. Ansätze der Medien- und
Kommunikationswissenschaft

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

Band 22

Freya Sukalla

Narrative Persuasion



Nomos

© Titelbild: littleairplane – 123RF.com

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

ISBN 978-3-8487-4146-5 (Print)

ISBN 978-3-8452-8366-1 (ePDF)

1. Auflage 2019

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

Vorwort der Reihenherausgeber

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

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

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

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

Vorwort der Reihenherausgeber

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

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



patrick.roessler@uni-erfurt.de



brosius@ifkw.lmu.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Reihenherausgeber	5
Abbildungsverzeichnis	9
1. Theoretische Grundlagen zur Rezeption und Wirkung von Narrationen	11
1.1 Definition der Kernbegriffe	13
1.2 Verarbeitung von Narrationen	18
1.3 Entwicklungsgeschichte der Forschung zur narrativen Persuasion	26
2. Modelle narrativer Persuasion	29
2.1 Das Transportation-Imagery-Modell (Green & Brock, 2000, 2002)	31
2.2 Das Extended-Elaboration-Likelihood-Modell (Slater & Rouner, 2002)	37
2.3 Entertainment-Overcoming-Resistance-Modell (Moyer-Gusé, 2008)	42
2.4 Modell des Narrativen Verstehens und Erlebens (Busselle & Bilandzic, 2008)	51
3 Forschungslogik und methodisches Vorgehen in Studien zu narrativer Persuasion	59
3.1 Typische Forschungsdesigns	59
3.2 Operationalisierung der Schlüsselvariablen	60
4 Empirische Befunde zur Rezeption und Wirkung von Narrationen	65
4.1 Die persuasive Wirkung von Narrationen	66
4.2 Wirkungsmechanismen	71
4.3 Moderierende Einflüsse	78
4.3.1 Eigenschaften des Texts und des Kontexts	78
4.3.2 Rezipienteneigenschaften: Persönlichkeitsmerkmale	82
4.3.3 Rezipienteneigenschaften im Zusammenhang mit dem Text	84
5 Kritik und aktuelle Entwicklungen	89
5.1 Kritik und Desiderata	89
5.2 Aktuelle Entwicklungen	95
6 Fazit	98
6.1 Abgrenzung von verwandten Ansätzen	98
6.2 Abschließende Würdigung	99

Inhaltsverzeichnis

7 Die „Top-Ten“ der Forschungsliteratur	101
8 Literatur	103
Bisher in der Reihe erschienene Bände	145

Abbildungsverzeichnis

Schaubild 1:	Transportation-Imagery-Modell	36
Schaubild 2:	Extended-Elaboration-Likelihood-Modell	41
Schaubild 3:	Entertainment-Overcoming-Resistance-Modell	50
Schaubild 4:	Modell des Narrativen Verstehens und Erlebens	51

