

$SN \propto \sum n_i m_i$

$SN \propto \sum n_i m_i$

Constanze Rossmann

Theory of Reasoned Action – Theory of Planned Behavior

2. Auflage

Vorwort der Reihenherausgeber

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

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

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

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

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

Abbildungsverzeichnis	9
1 Grundzüge der Theorien	11
1.1 Theory of Reasoned Action	12
1.1.1 Verhalten und Verhaltensintention	14
1.1.2 Determinanten der Verhaltensintention	17
1.1.3 Determinanten der Einstellung und subjektiven Norm	19
1.1.4 Grenzen und Bedingungen für die Gültigkeit des Modells	22
1.2 Theory of Planned Behavior	23
1.3 Kritik	27
2 Entwicklungsgeschichtlicher Hintergrund	30
2.1 Handlungstheorien und Rational Choice-Theorie	30
2.2 Einstellungs-Verhaltens-Forschung	32
2.3 TRA und TPB in der Kommunikationswissenschaft	37
3 Forschungslogik	41
3.1 Methoden und Forschungsdesign	41
3.1.1 Methode	42
3.1.2 Design	45
3.1.3 Auswertung	47
3.2 Operationalisierung der einzelnen Konstrukte	49
4 Empirische Befunde und Anwendungsfelder	59
4.1 Die frühe Forschung	59
4.2 Die TRA/TPB im Kontext der Medien	65
4.2.1 Mediennutzung	65
4.2.2 Adoption neuer Medien	78
4.2.3 Informationssuche	84
4.2.4 Medienwirkung	87
4.2.5 Kommunikator:innenforschung	91
4.3 Gesundheitsverhalten	94
4.3.1 TPB und Gesundheitsverhalten	94
4.3.2 TPB im Kontext weiterer gesundheitspsychologischer Verhaltensmodelle	96
4.4 Ausblick	106
5 Verwandte und konkurrierende Ansätze	108
5.1 Das MODE-Modell	108
5.2 Ansätze begrenzter Rationalität	112

Inhaltsverzeichnis

5.2.1 Theorie der begrenzten Rationalität	112
5.2.2 Modell der Alltagsrationalität	113
5.2.3 Nudging	115
5.3 Ansätze zur Spezifikation des Intention-Verhaltens- Zusammenhangs	116
5.3.1 Rubikonmodell der Handlungsphasen	117
5.3.2 Health Action Process Approach	119
6 Kritik	122
7 Literaturempfehlungen	129
Bisher in der Reihe erschienene Bände	171

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Basismodell der Theory of Reasoned Action	14
Abb. 2:	Vorstellungen als Fundament von Intentionen und Verhalten	20
Abb. 3:	Modell der Theory of Planned Behavior	24
Abb. 4:	Bedeutung von Hintergrundfaktoren	26
Abb. 5:	Erwartungs-Bewertungs-Modell der gesuchten und erhaltenen Gratifikationen (GS-GO-Modell)	66
Abb. 6:	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology II (UTAUT 2)	81
Abb. 7:	Mobile Phone Appropriation Model (MPA- Modell)	83
Abb. 8:	Planned Risk Information Seeking Model	86
Abb. 9:	Integrative Model	100
Abb. 10:	Integrated Behavioral Model	102
Abb. 11:	Das MODE-Modell des Einstellungs- Verhaltens-Prozesses	109
Abb. 12:	Das Rubikonmodell der Handlungsphasen	117
Abb. 13:	Health Action Process Approach	120

1 Grundzüge der Theorien

Grundfragen

Warum haben manche Menschen vor, eine Diät zu machen, andere nicht? Weshalb nehmen sich die einen vor, Sport zu treiben, während die anderen ihre Freizeit lieber auf der Couch verbringen? Aus welchem Grund entscheiden sich einige dafür, sich bei *Netflix* anzumelden, während andere das nicht tun?

Diese und andere Fragen des Verhaltens¹ versucht die von Martin Fishbein und Icek Ajzen begründete *Theory of Reasoned Action* (TRA) zu beantworten. Es geht in der TRA also darum, menschliches Verhalten zu verstehen und vorherzusagen. Dies geschieht auf der Basis menschlicher Kognitionen, von denen zwei entscheidend sind: die Einstellung zum in Frage stehenden Verhalten und der wahrgenommene soziale Druck, ein Verhalten auszuführen – die subjektive Norm. Menschen werden also eher bereit sein, Streamingdienste wie *Netflix* zu nutzen, wenn sie die Nutzung insgesamt positiv bewerten, etwa weil die erwarteten Vorteile wie der Zugriff auf aktuelle Serienangebote den monetären Aufwand überwiegen (Einstellung), und weil sie den Eindruck haben, ihr persönliches Umfeld würde es ebenfalls gutheißen, wenn sie *Netflix* nutzen, und dies auch selbst tut (subjektive Norm). Sind diese Bedingungen gegeben, so ist es wahrscheinlich, dass eine Person vorhat, *Netflix* zu nutzen (Verhaltensintention), und sich in der Folge dann auch tatsächlich bei *Netflix* anmeldet (Verhalten).

Die *Theory of Planned Behavior* (TPB) modifiziert die TRA und erweitert sie um eine Komponente. Die Verhaltensintention wird hier nicht nur von der verhaltensspezifischen Einstellung und der subjektiven Norm beeinflusst, sondern auch von der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle, d.h. davon, ob man sich – etwa in technischer oder zeitlicher Hinsicht – überhaupt in der Lage fühlt, etwas zu tun.

Typische Anwendungsfelder der TRA und TPB sind Gesundheit, Umweltschutz oder Wahlverhalten. Aber auch aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ergeben sich verschiedene Anknüpfungsmöglichkeiten, etwa wenn es wie im skizzierten Beispiel darum geht, Mediennutzungsverhalten bzw. die Adoption neuer Medien zu erklären, oder

1 Im Kontext von Handlungstheorien werden die Begriffe Handlung und Verhalten in der Regel voneinander abgegrenzt: Der Begriff Handlung impliziert, etwa im Sinne Max Webers (1980), jenes Verhalten, das mit einem subjektiven Sinn verbunden ist, also zielgerichtet und rational überlegt ist. Insofern müsste man bei dem in der TRA/TPB in Frage stehenden Verhalten streng genommen ebenfalls von Handeln sprechen. Aufgrund der Tatsache, dass sich für die TPB jedoch die deutsche Übersetzung als „Theorie des geplanten Verhaltens“ etabliert hat, und da zudem die strikte Verwendung des Handlungsbegriffs etwas sperrig ist, wird in diesem Buch i.d.R. der allgemeinere Verhaltensbegriff verwendet.

aber, wenn durch die Integration von TRA/TPB in Medienwirkungstheorien der Einfluss der Medien auf menschliches Verhalten untersucht werden soll. Auch in die Kommunikator:innenforschung hielten TRA und TPB in den letzten Jahren Einzug. Nicht zuletzt spielen sie für die Entwicklung theorie- und evidenzbasierter Kampagnen eine ganz zentrale Rolle.

Aufbau des Lehrbuchs

Das vorliegende Buch führt in die Theorien TRA und TPB ein und liefert einen Überblick über ihre Entwicklung, über den wissenschaftlichen Diskurs rund um Potenziale und Grenzen der Theorien, über methodische Fragen, Anwendungsfelder und konkurrierende Ansätze. Kapitel 1 stellt die Theorien zunächst in ihren Grundzügen vor. Das 2. Kapitel geht auf den entwicklungsgeschichtlichen Hintergrund der Theorien ein und stellt ihre Urheber vor. Um Fragen der Operationalisierung und des Forschungsdesigns geht es im 3. Kapitel. Das 4. Kapitel stellt Forschungsbefunde und Anwendungsmöglichkeiten der Theorien im Bereich des Gesundheitsverhaltens und der Gesundheitskommunikation sowie der Mediennutzung, Adoption, Medienwirkung und Kommunikator:innenforschung vor. Konkurrierende Ansätze zu TRA und TPB werden im 5. Kapitel vorgestellt, Kapitel 6 schließt mit einer Diskussion der zentralen Kritikpunkte ab.

1.1 Theory of Reasoned Action

Hintergrund

Begründet wurde die originär sozialpsychologische TRA Ende der sechziger Jahre von Martin Fishbein. Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass die Psychologie auch nach jahrzehntelanger Einstellungsforschung keine konsistenten Befunde zu der Frage hervorgebracht hatte, ob sich Verhalten aus Einstellungen vorhersagen lässt. Anders ausgedrückt fand die Forschung keine konsistenten Belege für einen Zusammenhang zwischen Einstellungen und Verhalten. Dieses Problem wollte Fishbein (1967) lösen – nicht durch eine Erweiterung des Begriffsverständnisses von Einstellungen wie zahlreiche Wissenschaftler:innen zuvor, sondern (1) durch Berücksichtigung eines begrenzten Sets an Variablen, die als Determinanten von Verhalten fungieren sollten, und (2) durch die Überprüfung der Zusammenhänge zwischen den Verhaltensdeterminanten und traditionellen Einstellungsmaßen (ebd.: 491). In diesem Rahmen formulierte der Autor Ziel und Grundannahmen einer Theorie, die er selbst zunächst *Theory of Behavioral Prediction* (ebd.: 491) nannte, die aber später in der TRA aufgehen sollten (ausführlicher zum entwicklungsgeschichtlichen Hintergrund vgl. Kapitel 2).

Zwei Grundprämissen müssen gegeben sein, damit die TRA Gültigkeit besitzt (vgl. Ajzen & Fishbein 1980, Frey, Stahlberg & Gollwitzer 2001):

Grundprämissen

- (1) Die TRA geht von rational denkenden und handelnden Menschen aus, die die Bedeutung ihres Verhaltens unter Berücksichtigung aller zur Verfügung stehenden Informationen bewusst antizipieren, bevor sie sich entschließen, ein bestimmtes Verhalten auszuführen oder nicht.
- (2) Das zu erklärende Verhalten steht unter willentlicher Kontrolle. Menschen müssen also, wenn sie es wollen, in der Lage sein, bestimmte Verhaltensweisen ohne Probleme auszuführen.

Setzen sich Menschen hingegen vor der Ausübung eines Verhaltens nicht mit ihren Intentionen oder der Bedeutung ihres Verhaltens auseinander (etwa aufgrund langfristig manifestierter und automatisierter Gewohnheiten, z.B. Ernährungsverhalten oder Verkehrsmittelwahl, oder aufgrund emotional gesteuerter Reaktionen, z.B. Aggressionsverhalten) oder sind sie nicht in der Lage, ein Verhalten umzusetzen (etwa aufgrund mangelnder Ressourcen wie Zeit, Geld oder Fähigkeit), so stößt die TRA an ihre Grenzen. Verhalten, das nicht willentlicher Kontrolle unterliegt und nicht bewusst überlegt ist, kann die TRA nicht erklären. Auch Mediennutzungsverhalten ist teilweise stark von Gewohnheiten geprägt (z.B. die tägliche Rezeption der *Tagesschau* oder das regelmäßige Überprüfen von Statusupdates in sozialen Netzwerken), weshalb die TRA hier nicht immer anwendbar ist. Geht der Mediennutzung hingegen ein bewusster Entscheidungsprozess voraus, weil sie mit monetären Kosten, Zeitaufwand oder Risiken verbunden ist (z.B. ein Kinobesuch oder die Entscheidung, einen kostenpflichtigen Account bei einem Streaminganbieter anzulegen), so dürfte sich die TRA durchaus eignen, um das Verhalten zu erklären.

Kernsätze

Die TRA basiert auf der Annahme, dass Menschen rational handeln und die Bedeutung ihres Verhaltens bewusst antizipieren, bevor sie sich entschließen, ein Verhalten auszuführen oder nicht.

Sind diese Grundprämissen gegeben, so ist das Verhalten nach Ansicht von Ajzen und Fishbein (1980) gut zu prognostizieren, da es direkt und präzise aus der Intention, das Verhalten auszuführen, vorhersagbar ist. Die Verhaltensintention ist also die unmittelbare Antezedenz von Verhalten, was aber nichts anderes bedeutet als: Men-

Basismodell

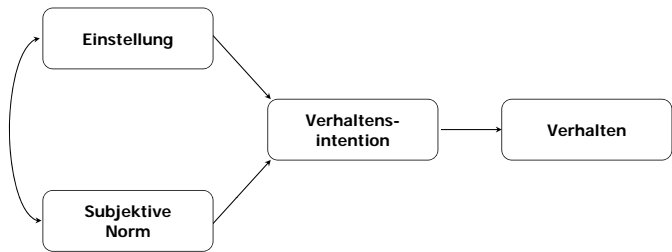
1 Grundzüge der Theorien

schen tun genau das, was sie tun wollen. Wenn Menschen die Absicht haben, *Netflix* zu nutzen, so werden sie das auch tun. Die Verhaltensintention hängt ihrerseits von zwei Komponenten ab: der Einstellung zum in Frage stehenden Verhalten („Finde ich es gut oder schlecht, *Netflix* zu nutzen?“) und dem sozialen Druck, den eine Person verspürt, das Verhalten auszuführen, sprich der subjektiven Norm („Finden auch meine Freund:innen, dass ich *Netflix* nutzen sollte?“, „Nutzen meine Freund:innen selbst *Netflix*?“).

Diese Komponenten – Einstellung, subjektive Norm, Verhaltensintention und Verhalten – bilden das Basismodell der TRA, welches in Abbildung 1 dargestellt ist. Die folgenden Abschnitte erläutern Modell und Begriffsdefinitionen jeweils im Detail.

Modell

Abb. 1: Basismodell der Theory of Reasoned Action



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Ajzen und Madden (1986: 454)

1.1.1 Verhalten und Verhaltensintention

Definierende Elemente

Für das Verständnis von Verhalten und die Operationalisierung von Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhängen ist es wichtig, Verhalten im Hinblick auf vier verschiedene Dimensionen einzuzugrenzen:

- (1) Handlung (*action element*): In diesem Zusammenhang gilt es, zwischen einzelnen Handlungen und Verhalten bzw. Verhaltensmustern zu unterscheiden. Das Verhaltensmuster *Nutzung von Netflix* beruht auf mehreren Einzelhandlungen (durch das Streamingangebot scrollen, verschiedene Trailer rezipieren, eine Serie oder einen Film ansehen, das Angebot bewerten), von denen eine einzige das Verhaltensmuster nicht unbedingt valide beschreibt. Die Beobachtung, dass eine Person eine Serie rezipiert, kann ein Indikator dafür sein, dass diese Person tatsächlich eine Serie auf *Netflix* ansieht. Da *Netflix* jedoch nur eine von vielen Möglich-

keiten darstellt, eine Serie zu rezipieren, kann sie auch bedeuten, dass die Person gerade YouTube oder lineares Fernsehen nutzt, um eine Serie anzusehen. Grundsätzlich können Verhaltensmuster enger (wenige Einzelhandlungen) oder breiter (viele Einzelhandlungen) definiert sein.

- (2) Ziel (*target element*): Hier geht es um die Frage, auf welches Objekt oder Ziel sich ein Verhalten bezieht. Auch Objekte können in ihrem Spezifikationsgrad variieren (z.B. Nutzung von Streamingangeboten vs. Nutzung von *Netflix*).
- (3) Kontext (*context element*): In welchem Kontext oder Umfeld wird das Verhalten ausgeführt? Hier können unterschiedliche Ebenen spezifiziert werden, etwa die Unterscheidung zwischen verschiedenen Orten und Umgebungen (*Netflix*nutzung zuhause oder unterwegs, alleine oder mit Freund:innen), oder zwischen unterschiedlichen technischen Geräten (*Netflix* auf dem Smartphone, Tablet oder Smart-TV).
- (4) Zeit (*time element*): Zu welchem Zeitpunkt wird das Verhalten ausgeführt? Auch hier sind unterschiedliche Spezifikationsgrade möglich, etwa dieses vs. nächstes Jahr, nachmittags vs. abends oder sofort vs. morgen.

Begriffe

Was genau meint die TRA mit Verhalten, was versteht sie unter Verhaltensintentionen? Um Verhalten zu definieren, muss es zunächst klar von seinen Folgen abgegrenzt werden: Ajzen und Fishbein (1980) stellen fest, dass Verhalten und Verhaltensergebnis häufig vermischt werden. Ein gutes Beispiel hierfür stellt die Unterscheidung von „abnehmen“ und „weniger essen“ dar. Im Alltag sprechen wir, wenn wir eine Diät machen oder weniger essen, häufig davon, dass wir abnehmen wollen. Um genau zu sein, meint „abnehmen“ jedoch die Konsequenz daraus, dass wir unser Essverhalten ändern. Es ist jedoch wichtig, das tatsächliche Verhalten von seinen Konsequenzen abzugrenzen, zumal Letztere Einflüssen unterliegen, die von einer Person nur bedingt steuerbar sind (z.B. genetische Prädispositionen, die eine Gewichtsreduktion durch Diäten erschweren). Somit lässt sich zwar das Verhalten (eine Diät machen) relativ gut aus der Verhaltensintention (Absicht, eine Diät zu machen) vorhersagen, nicht aber die Konsequenz des Verhaltens (Gewichtsverlust). Wenn wir dies auf unser Beispiel der Nutzung von *Netflix* übertragen, so bedeutet dies, dass wir auch hier klar zwischen dem Verhaltensziel (z.B. Unterhaltung, Eskapismus) und dem konkreten Verhalten (z.B. Rezeption von Serien) unterscheiden müssen. Letzteres lässt sich vermutlich gut mit der Theorie er-

Verhalten

5 Verwandte und konkurrierende Ansätze

Kapitel 4 stellte im Kontext unterschiedlicher Gegenstandsbereiche bereits einige Modellerweiterungen und -adaptionen der TRA/TPB vor. Diese entsprechen in ihrem Kerngedanken jedoch dem der TRA/TPB und beziehen sich auf bewusst überlegtes Handeln. Auch gehen TRA/TPB und viele Modelladaptionen von einem direkten Zusammenhang zwischen Intention und Verhalten aus. An dieser Stelle werden nun mehrere konkurrierende Ansätze zu diesen Grundsätzen vorgestellt: das *MODE-Modell*, Ansätze begrenzter Rationalität (*Theorie der begrenzten Rationalität*, *Modell der Alltagsrationalität*, *Nudging*) sowie Ansätze zur Spezifikation des Intention-Verhaltens-Zusammenhangs (*Rubikonmodell der Handlungsphasen*, *Health Action Process Approach*).

5.1 Das MODE-Modell

Objektbezogene
Einstellungen

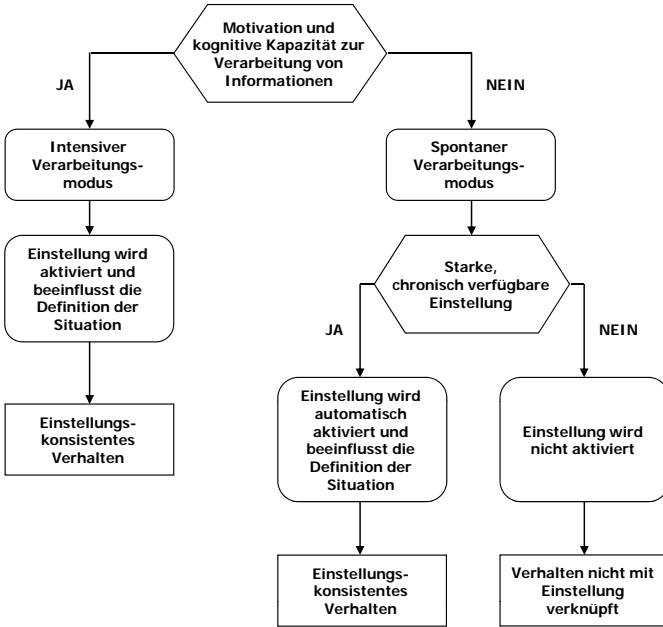
Auch wenn die TRA/TPB davon ausgeht, dass nicht die allgemeinen Einstellungen zu Objekten das Verhalten determinieren, sondern verhaltensspezifische Einstellungen, blieben einige Forscher:innen der Tradition verhaftet, Verhalten aus objektbezogenen Einstellungen vorherzusagen (Eagly & Chaiken 1993). Den wohl bedeutendsten Erklärungsansatz stellt in diesem Kontext das *MODE-Modell* von Fazio (1986, 1990b, Fazio & Towles-Schwen 1999) dar, das zwei Arten des Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhangs unterscheidet.

Dual-Prozess-Modelle

Das *MODE-Modell* lässt sich den Dual-Prozess-Modellen zuordnen, zu denen auch das *Elaboration-Likelihood-Model* (ELM; Petty & Cacioppo 1986, vgl. auch den Band zum *Elaboration-Likelihood-Modell* in dieser Lehrbuchreihe, Klimmt & Rosset 2020) und das *Heuristic-Systematic Model* (HSM; Chaiken et al. 1989) zählen (im Überblick vgl. Chaiken & Trope 1999). Anders als die letztgenannten Modelle setzt sich das *MODE-Modell* jedoch nicht nur mit der Herausbildung von Einstellungen auseinander, sondern auch mit dem Zusammenhang zwischen Einstellungen und Verhalten. Genauso wie ELM und HSM unterscheidet das *MODE-Modell* zwei Prozessmodi, die sich hinsichtlich der Intensität der Auseinandersetzung mit Verhaltensalternativen unterscheiden: Einstellungen können entweder durch intensive und kontrollierte Verarbeitungsprozesse aktiviert werden, bei denen Personen die Vor- und Nachteile eines Verhaltens genau abwägen. Alternativ kann Verhalten aber auch automatisch und spontan von Einstellungen beeinflusst werden, ohne dass sich eine Person aktiv mit den Einstellungen auseinandersetzt und sich ihres Einflusses bewusst ist (vgl. Abbildung 11).

Modell

Abb. 11: Das MODE-Modell des Einstellungs-Verhaltens-Prozesses



Quelle: Fazio (1990b), eigene Darstellung basierend auf Fishbein & Ajzen (2010: 264)

Einstellungsstärke und Einstellungsverfügbarkeit

Um das Modell zu verstehen, muss man sich zunächst vergegenwärtigen, wie Einstellungen hier definiert werden. Fazio (1995) versteht sie als „association in memory between a given object and a given summary evaluation of the object“ (ebd.: 247). Bewertungsobjekt und Bewertung stellen also kognitive Einheiten dar, die über Gedächtnisspuren miteinander verknüpft sind. Je häufiger ein Bewertungsobjekt und eine bestimmte Bewertung aktiviert werden, desto stärker wird die Verknüpfung der beiden Einheiten und desto größer ist die Einstellungsstärke (*attitude strength*). Das obere Ende des Kontinuums bildet eine gut erlernte, starke Verknüpfung, die stark genug ist, um die Bewertung automatisch aus dem Gedächtnis zu aktivieren, wenn das Bewertungsobjekt beobachtet oder erwähnt wird (Fazio 1989: 281). Somit hat die Einstellungsstärke einen Einfluss darauf, wie gut Einstellungen im Gedächtnis verfügbar sind und wie

schnell auf sie zugegriffen werden kann. Anders ausgedrückt: Mit Zunahme der Einstellungsstärke steigt auch die Einstellungsverfügbarkeit (*attitude accessibility*) (Fazio 1989, 1995). Werden Einstellungen über einen längeren Zeitraum hinweg häufig aktiviert, werden sie *chronisch* und somit längerfristig *verfügbar* (vgl. hierzu auch Higgins & King 1981).

Determinanten des
Einstellungs-Verhaltens-
Prozesses

Anders als in der TRA/TPB beziehen sich Einstellungen hier nicht zwangsläufig auf Verhalten, sondern auf Bewertungsobjekte ganz allgemeiner Art. Diese Einstellungen können auf zwei verschiedenen Wegen aktiviert werden: (1) spontan und automatisch oder (2) durch kontrollierte intensive Informationsverarbeitung. Die Abkürzung MODE steht für die Annahme, dass Motivation (*Motivation*) und Möglichkeit (*Opportunity*) die entscheidenden Determinanten (*DEterminants*) eines spontanen oder intensiven Einstellungs-Verhaltens-Prozesses darstellen (Fazio 1995: 257). Sind Personen motiviert und kognitiv in der Lage, sich intensiv mit der Verhaltensentscheidung auseinanderzusetzen, werden sie sämtliche im Gedächtnis gespeicherten Einstellungen hervorholen, egal ob diese besonders verfügbar und stark sind oder nicht. In diesem Fall basiert die Entscheidung für ein Verhalten auf einem bewussten Prozess, der die verschiedenen Einstellungen gegeneinander abwägt, um zu einem wohlüberlegten Urteil zu gelangen, etwa so, wie es die TRA/TPB beschreibt (Fazio & Towles-Schwen 1999). Das daraus resultierende Verhalten ist dann immer einstellungskonsistent.

Sind Motivation und Möglichkeit jedoch niedrig, werden nur die Einstellungen aktiviert, die besonders stark und somit chronisch verfügbar sind. Sie beeinflussen zunächst die Wahrnehmung der Situation: Eine positive Einstellung lenkt die spontane Wahrnehmung auf die positiven Merkmale der Situation, eine negative Einstellung führt zu einer entsprechend negativ geprägten Wahrnehmung der Situation. Eine positive Wahrnehmung führt dann eher zur Zuwendung (*approach behavior*), während eine negative Wahrnehmung der Situation eher Vermeidungsverhalten (*avoidance behavior*) auslöst. Ist jedoch keine Einstellung so stark ausgeprägt, dass sie bei niedriger Motivation automatisch aktiviert wird, wird die Wahrnehmung und Beurteilung der Situation von aktuell auffälligen, aber potenziell nicht-repräsentativen Merkmalen des Einstellungsobjektes gelenkt. Dies können dann auch Merkmale sein, die nicht mit der eigenen Einstellung kongruent sind. In der Folge kommt es bei schwachen Einstellungen eher zu einstellungsinkonsistentem Verhalten, wohin-

gegen starke Einstellungen eher ein einstellungskonsistentes Verhalten auslösen (Fazio & Towles-Schwen 1999).

Die Modellannahmen zur Bedeutung von Einstellungsstärke und -verfügbarkeit für die Wahrnehmung und Verarbeitung von Informationen sind empirisch gut belegt. Auch gibt es einige Hinweise darauf, dass die Einstellungsstärke den Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhang moderiert (vgl. Fazio 1995). Studien zum Modell selbst beschränken sich in der Regel auf Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhänge auf der intensiven Verarbeitungsrouten (vgl. im Überblick Ajzen & Fishbein 2005: 186). Zur Vorhersage von Verhalten auf Basis der spontanen Route des *MODE-Modells* lassen sich hingegen nur wenige Belege finden. Dies dürfte nicht zuletzt daran liegen, dass dieser Weg von Einstellungen zum Verhalten in dem Modell letztlich nur sehr oberflächlich expliziert wurde (vgl. Eagly & Chaiken 1993).

Empirische Belege

Auch wenn Fazio (1986) das Modell zunächst als Alternative zur TRA einführte, stellt es aufgrund der fehlenden Konkretisierung des Prozesses, wie Einstellungen konkret zu Verhalten führen, keine vollständige Alternative dar. Eagly und Chaiken (1993: 204) schlagen vor, das *MODE-Modell* besser als Ergänzung und weniger als Alternative zur TRA/TPB zu sehen: Fazio (1986) beschreibt einen *vor* dem Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhang ablaufenden Prozess. Somit kommen Einstellungs-Verhaltens-Modelle wie TRA und TPB genau dort ins Spiel, wo Fazios Modell keinen Erklärungsbeitrag mehr leistet. Eine Verknüpfung der beiden Modelle könnte daher ein sinnvoller Schritt sein, um den Einstellungs-Verhaltens-Prozess zu vervollständigen. Zu demselben Schluss, aber mit anderen Argumenten, gelangen Ewoldsen, Rhodes und Fazio (2015), die eine aktuellere Diskussion zum *MODE-Modell* im Kontext von Medienwirkungen vorlegten. Der Beitrag liefert umfangreiche, aktuelle Evidenzen für die Bedeutung von Einstellungsverfügbarkeit für Verhalten. Auch gehen sie in ihrem Beitrag, in Analogie zur Einstellungsverfügbarkeit, auf die Rolle von Normverfügbarkeit (*norm accessibility*) ein und liefern einige Belege dafür, dass auch diese verhaltensrelevant ist. Anders als Eagly und Chaiken (1993) argumentieren sie, dass sich das *MODE-Modell* gut eignet: nicht nur, um die Informationsverarbeitungsprozesse bis zur Einstellungs- oder Normbildung nachzuzeichnen, sondern auch, um den Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhang zu beschreiben – und zwar vor allem dann, wenn Verhalten spontan ausgeführt wird. Im Falle einer intensiven, deliberativen Auseinandersetzung mit Einstellungen und Verhalten verweisen die Autor:innen darauf, dass die TRA/TPB möglicherweise eine bessere Erklärung für

Theoretische Verortung

die Prozesse liefert, die hinter dem Verhalten stehen (Ewoldsen et al. 2015: 322).

Über die angeführten Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhänge hinaus lässt sich das *MODE-Modell* auch gut anwenden, um eine Brücke zu Medienwirkungen zu schlagen. Wenn wir an dieser Stelle beispielsweise nochmals an die Integration von TRA/TPB und Kultivierungsforschung denken, so wird das Potenzial des *MODE-Modells* als Brücke zwischen Einstellungsbildung und Verhalten ebenfalls deutlich. So deuten Studien zum Entstehungsprozess von Kultivierungseffekten zweiter Ordnung, sprich von durch das Fernsehen geprägten Einstellungen und Wertvorstellungen, darauf hin, dass auch hier Stärke und Verfügbarkeit von Einstellungen eine Rolle spielen (vgl. z.B. Shrum 1999, im Überblick vgl. Rossmann 2008). Die Überlegung ist, dass das Fernsehen durch die Gleichförmigkeit seiner Botschaften bei Vielseher:innen die Stärke und Verfügbarkeit fernsehspezifischer Einstellungen erhöht. Bei Vielseher:innen sind demnach bestimmte fernsehspezifische Einstellungen stärker ausgeprägt als bei Wenigseher:innen. Verknüpft man diese Überlegung nun mit den Überlegungen des *MODE-Modells*, so dürften sich Einstellungen, die durch das Fernsehen geprägt wurden, bei spontaner Informationsverarbeitung eher im Verhalten der Vielseher:innen niederschlagen als in einem intensiven Verarbeitungsmodus (vgl. hierzu auch Ewoldsen et al. 2015).

5.2 Ansätze begrenzter Rationalität

Die Idee, dass nicht jedes Verhalten den handlungstheoretischen Überlegungen des *Rational-Choice-Ansatzes* folgt, lässt sich nicht nur in den sozialpsychologisch geprägten Dual-Prozess-Modellen wiederfinden (vgl. Kapitel. 5.1), sondern auch in anderen Modellen unterschiedlicher wissenschaftlicher Disziplinen. Der Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler Simon (1978, 1981) schlug in diesem Kontext die *Theorie der begrenzten Rationalität* vor, Brosius (1995) übertrug diese Idee im Rahmen seiner *Theorie der begrenzten Alltagsrationalität* auf die Wirkung von Nachrichten und Thaler und Sunstein (2011) wandten die Überlegung im Kontext des *Nudging-Ansatzes* auf eine bestimmte Form der Verhaltensbeeinflussung an.

5.2.1 Theorie der begrenzten Rationalität

Wie oben bereits dargestellt, postulieren verschiedene Autor:innen, dass Individuen durchaus nicht immer bewusst überlegt handeln, etwa weil ihnen – z.B. aufgrund mangelnder Möglichkeiten, sich zu informieren, oder eingeschränkter kognitiver Kapazitäten gar nicht alle

Handlungsalternativen bewusst sind, oder auch, weil sie aus unterschiedlichen Gründen nicht motiviert sind, alle Alternativen abzuwägen, um zu einem rational begründbaren Urteil zu kommen. Auf Basis dieser Überlegung entwickelte Simon (1978, 1981, 1993) seine *Theorie der begrenzten Rationalität*. Diese schlägt im Kontrast zum rational handelnden *homo oeconomicus* das Bild des *homo organisans* vor: „Während der *homo oeconomicus* maximiert – d.h. die beste Alternative aus der Menge aller ihm verfügbaren Alternativen auswählt, sucht sein Vetter, der *homo organisans*, befriedigende Lösungen – d.h. er sucht nach einer Handlungsalternative, die befriedigend oder ‚gut genug‘ ist.“ (Simon 1981: 31, Hervorh. d. d. Verf.)

Der Autor geht also davon aus, dass Personen nicht immer nach dem optimalen Handlungsergebnis streben, sondern ein Anspruchsniveau festlegen, das unterhalb des optimalen Handlungsergebnisses liegen kann. Individuen sind unter bestimmten Umständen schon dann mit einer Verhaltensalternative zufrieden, wenn sie lediglich das potenziell suboptimale Anspruchsniveau erfüllt. Sie streben also nicht unbedingt nach dem maximal erreichbaren, sondern nach dem zufriedenstellenden Nutzen: Sie handeln nach dem Prinzip „Satisfizierung statt Maximierung“ (Frey et al. 2001: 385).

Die Wahrscheinlichkeit, dass Personen ihr Anspruchsniveau senken, steigt, wenn sie wenig Zeit haben, nach Informationen zu suchen, oder wenn sie trotz ausführlicher Suche keine befriedigende Handlungsoption für sich gefunden haben. Für das Verhalten bedeutet das konkret: Menschen entscheiden sich aufgrund von Zeitdruck oder Emotionen (z.B. Angst, Freude) für Handlungen, die situationsbedingt angebracht erscheinen, und damit nicht unbedingt für das Verhalten, das aufgrund bewusster Überlegungen adäquat wäre. Nun mag man vielleicht annehmen, dass Menschen in solchen Situationen dann, im Sinne handlungstheoretischer Nutzenansätze, nicht mehr rational handeln; dies bedeutet jedoch nicht, dass sie nicht vernünftig handeln. Entsprechend konstatiert Simon (1978: 14): „Reasonable men‘ reach ‚reasonable‘ conclusions in circumstances where they have no prospect of applying classical models of substantive rationality.“ In Situationen, die die Anwendung klassischer Rationalitätsüberlegungen nicht zulassen, gelangen ‚vernünftige Menschen‘ also dennoch zu einem ‚vernünftigen‘ Schluss.

5.2.2 Modell der Alltagsrationalität

Diese Überlegung findet sich im *Modell der Alltagsrationalität* wieder, das Brosius (1995) im Kontext der Rezeption von Nachrichten entwickelt hat. Der Begriff der Alltagsrationalität beschreibt einen

Gegenentwurf zum Verständnis des wissenschaftlich rational handelnden Menschen. Genauso wie die *Theorie der begrenzten Rationalität* geht das *Modell der Alltagsrationalität* davon aus, dass Menschen nicht immer alle theoretisch zur Verfügung stehenden Informationen in Erwägung ziehen, um zu einer Entscheidung zu gelangen. Ganz bewusst entscheidet sich Brosius (1995) dagegen, es als irrational zu bezeichnen, wenn Menschen nicht alle verfügbaren Informationen einbeziehen. Vielmehr handeln Menschen in diesem Fall im Sinne einer übergeordneten Rationalität, die sie zu einem schnelleren Urteil kommen lässt und somit im Alltag handlungsfähiger macht.

Alltagsrationalität in der
Nachrichtenrezeption

Konkret impliziert Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption nun zweierlei: (1) Rezipient:innen entscheiden selbst darüber, wann sie Nachrichten vollständig und somit im rationalen Sinne verarbeiten und wann sie dies nur unvollständig tun. (2) Rezipient:innen gehen mit den Informationen aus den Nachrichten so um, wie sie es aus ihrem Alltag gewohnt sind, und vernachlässigen statistische Informationen zugunsten anschaulicher Beschreibungen von Einzelfällen. Beides lässt sich mit empirischen Erkenntnissen aus Kognitionspsychologie und Kommunikationswissenschaft gut belegen: Zum einen legen die umfangreichen Befunde aus der Fallbeispielforschung nahe, dass Rezipierende dazu neigen, sich bei der Wahrnehmung und Beurteilung von Sachverhalten eher auf Einzelfallinformationen zu stützen als auf die eigentlich valideren statistischen Aussagen (vgl. Brosius 1995, Daschmann 2001, Zillmann & Brosius 2000, für einen Überblick vgl. auch den Band zu *Fallbeispieleffekten* in dieser Lehrbuchreihe, Krämer 2021). Zum anderen liefern die zahlreichen Studien zum *Elaboration-Likelihood-Model* (Petty & Cacioppo 1986, vgl. auch den Band zum *Elaboration-Likelihood-Modell* in dieser Lehrbuchreihe, Klimmt & Rosset 2020) und zum *Heuristic-Systematic Model* (Chaiken, Liberman & Eagly 1989) umfangreiche Belege dafür, dass Menschen Informationen nicht immer intensiv und vollständig verarbeiten, um ein Urteil zu fällen, sondern häufig auch über verkürzte Entscheidungswege zu einem Urteil gelangen (siehe hierzu auch Kapitel 5.1). Ausschlaggebend für den einen oder anderen Entscheidungsweg sind einerseits die Motivation der Rezipierenden, sich mit den Informationen intensiv auseinanderzusetzen, und andererseits ihre kognitiven Fähigkeiten, dies tun zu können. Wählen sie den verkürzten Entscheidungsweg, etwa weil ein Thema für sie von untergeordneter Bedeutung ist, weil die Konsequenzen der Entscheidung z.B. nicht schwer wiegen oder weil schlichtweg die Zeit nicht ausreicht, um sich intensiver mit der Thematik zu beschäftigen,

so handeln Personen im alltagsrationalen Sinne durchaus rational, da der Entscheidungsweg der Situation angemessen ist.

5.2.3 Nudging

Auch der aus der Ökonomie stammende *Nudging-Ansatz* (Thaler & Sunstein 2008) fußt auf dem Grundgedanken, dass Menschen in ihrer Rationalität und Informationsverarbeitung begrenzt sind (Kahnemann 2011, Tversky & Kahneman 1974). Anders als die Theorie der Alltagsrationalität, die verkürzte Entscheidungswege im alltagsrationalen Sinne als durchaus rational beschreibt, geht der *Nudging-Ansatz* davon aus, dass Menschen dazu neigen, suboptimale Entscheidungen zu treffen, wenn sie von rational-kalkulierenden Entscheidungswegen abweichen. Daher will *Nudging* Menschen, die häufig eine für sie ungünstige (z.B. ungesunde) Verhaltensoption wählen, durch Verhaltensimpulse (*Nudges*) zu einem für sie günstigeren (z.B. gesünderen) Verhalten bewegen. Ein *Nudge* kann dabei jedes Element innerhalb einer Entscheidungssituation bzw. in der Umwelt der Entscheidenden (Entscheidungsarchitektur) sein, das bewusst und kontrolliert manipuliert wird, um in vorhersagbarer Weise auf die Entscheidung von Individuen einzuwirken, ohne dass dabei eine andere zur Verfügung stehende Handlungsalternative verboten oder mit zusätzlichen Kosten belegt wird.

Grundidee und Begriffe

In den vergangenen Jahren wurde der Einsatz von *Nudging* in unterschiedlichen Verhaltensbereichen theoretisch diskutiert, empirisch untersucht und in politischen und gesundheitsbezogenen Bereichen praktisch eingesetzt. So kann man die Wirkweise von *Nudging* im Kontext der gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Organspende beobachten. In Ländern mit einer Widerspruchslösung (solange man nicht widerspricht, gilt man als potenzielle:r Organspender:in; z.B. Schweden) ist die Bereitschaft zur Organspende vielfach höher als in Ländern mit Zustimmungslösung (Individuen müssen die Zustimmung zur Organspende explizit machen; z.B. Deutschland). Solche *Nudges* setzen an der Beobachtung an, dass Menschen dazu neigen, sog. Standardeinstellungen (*defaults*) beizubehalten, da eine bewusste Entscheidung gegen jene Standards einen höheren Aufwand bedeutet (Morgan, Deedat & Kenten 2015, Rithalia et al. 2009). *Nudges* werden außerdem eingesetzt, um Menschen bei der Wahl ihrer Krankenversicherung zu unterstützen (Johnson et al. 2013), informierte Patient:innenentscheidungen zu ermöglichen (Cohen 2013) oder damit sie Treppen statt Aufzüge benutzen (Meyer et al. 2010). Zahlreiche weitere Beispiele stammen aus dem Ernährungskontext: So werden Menschen in Kantinen oder Supermärkten etwa durch kleinere Tel-

Beispiele

Konzeptionalisierung der Modellkomponenten

Eine Reihe weiterer Kritikpunkte betrifft die Konzeptionalisierung der Modellkomponenten. Jonas und Doll (1996) kritisieren die Konzeption von Verhalten als singulären Verhaltensakt: Die TRA/TPB wurde prinzipiell zur Vorhersage von konkreten, beobachtbaren Einzelhandlungen konzipiert. Komplexere Verhaltensweisen, die mehrere Einzelhandlungen umfassen, sowie Verhaltensergebnisse und Verhaltensziele lassen sich somit auf Basis der Theorien weniger gut erklären. Hier gilt es jedoch zu differenzieren. So beziehen Ajzen und Fishbein ihre Theorie durchaus auch auf komplexere Verhaltenskategorien, die aus mehreren Einzelhandlungen bestehen. Entscheidend für die Anwendbarkeit der Theorie auf Verhalten auf einem höheren Aggregationsniveau ist, dass das Kompatibilitätsprinzip eingehalten wird und alle Modellkomponenten im Hinblick auf Handlung, Ziel, Kontext und Zeit denselben Spezifizierungsgrad aufweisen (vgl. Kapitel 1.1.1, Ajzen 2005: 71ff.). Verhaltensergebnisse und -ziele übertreten hingegen tatsächlich den Geltungsbereich – zumindest den der TRA, die ja voraussetzt, dass Verhalten willentlich kontrollierbar ist. Dies ist jedoch bei Verhaltensergebnissen und Zielen (z.B. Erreichen bestimmter Schulnoten bzw. Gewichtsreduktion) nicht vollständig gegeben, da andere Faktoren (z.B. Urteil der Lehrer:innen bzw. physiologische Voraussetzungen) das Erreichen des Ziels mit beeinflussen. In der TPB wurde dieser Limitation durch die wahrgenommene und tatsächliche Verhaltenskontrolle Rechnung getragen (vgl. Ajzen 2005: 122). Ajzen und Kruglanski (2019) tragen diesem Gedanken in ihrer neu vorgeschlagenen *Theory of Reasoned Goal Pursuit* Rechnung, die unter Einbeziehung von Motivationen auch Verhaltensziele erklären soll.

Singuläre Verhaltensakte

Im Hinblick auf die Konzeption der Einstellungen wird bisweilen der Blickwechsel von generellen hin zu den im Modell verankerten verhaltensspezifischen Einstellungen kritisiert und die Relevanz Letzterer in Frage gestellt (vgl. Ajzen & Fishbein 2005: 198). So hatten sich frühere Untersuchungen eher mit Einstellungen zu Institutionen, Personengruppen, politischen Maßnahmen etc. und deren Einfluss auf Verhalten auseinandergesetzt. Genau genommen fordert die TRA/TPB jedoch nicht grundsätzlich, allgemeine Einstellungen zu vernachlässigen. Solange alle Modellkomponenten entsprechend allgemein definiert sind, können auch die Einstellungen auf einem sehr hohen Abstraktionsgrad liegen.

Verhaltensspezifische Einstellungen

Ein größeres Problem stellt die Bedeutung der subjektiven Normkomponente dar. Studien zur TRA/TPB zeigen für die Normkomponente weitaus weniger konsistente Befunde als für Einstellungen und

Subjektive Normkomponente

wahrgenommene Verhaltenskontrolle (vgl. Singh et al. 1995). Auch die in Kapitel 4.2.1 vorgestellten Studien zur Mediennutzung fanden häufig keinen oder nur einen geringen Einfluss der subjektiven Norm. Die Beobachtung, dass sie in *bestimmten* Verhaltensbereichen keine Rolle spielt, bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass es in *allen* Verhaltensbereichen so sein muss. So ist es naheliegend, dass Personen Wert darauf legen, was andere denken, wenn es um die Benutzung von Kondomen (Sexualpartner:innen), um Nikotinkonsum (Partner:innen, Eltern) oder die Nutzung von *Netflix* (Freund:innen, Partner:innen) geht, wohingegen es denkbar ist, dass die subjektive Norm eine geringe Rolle spielt, wenn es um die Rezeption einzelner Fernsehsendungen geht. Es gilt also herauszufinden, unter welchen Bedingungen die normativen Vorstellungen eine Rolle spielen und unter welchen nicht. Manning (2009) setzte sich eingehend mit der subjektiven Norm auseinander und bestätigte die im Vergleich zu Einstellungen und wahrgenommener Verhaltenskontrolle kleineren Effektstärken. Seine Ergebnisse deuten jedoch auch darauf hin, dass der Effekt von Normen keinesfalls vernachlässigt werden darf, wobei injunktive und deskriptive Norm aufgrund ihrer unterschiedlichen Effektstärken in jedem Fall getrennt betrachtet werden sollten. Hassan, Shiu und Parry (2016) fanden in ihrer Metaanalyse außerdem Hinweise darauf, dass der Einfluss subjektiver Normen kulturabhängig ist, was die teilweise kleinen Effekte ebenfalls erklären dürfte.

Wahrgenommene Verhaltenskontrolle

Die Relevanz der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle wird selten in Frage gestellt, umso mehr ihre unklare Abgrenzung zum Konstrukt der Selbstwirksamkeit: Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle beschreibt die wahrgenommene Leichtigkeit oder Schwierigkeit, ein bestimmtes Verhalten auszuführen (vgl. Ajzen 2005: 111). Die der sozialkognitiven Theorie Banduras entlehnte Selbstwirksamkeit bezieht sich eher auf das generelle Vertrauen in die eigene Fähigkeit, schwierige Verhaltensweisen trotz vorhandener Widerstände und Hürden auszuführen (vgl. Bandura 2001, 2004). Tatsächlich sind sich die beiden Konstrukte jedoch recht ähnlich und werden bisweilen – vor allem wenn sie sich auf sehr konkrete Verhaltensweisen beziehen – sogar identisch operationalisiert (vgl. Ajzen 2002a, Fishbein 2007, vgl. hierzu auch Kapitel 4.3). Daher gilt es, bei der Rezeption von Studien immer auch auf die konkrete Operationalisierung zu achten.

Methodische Aspekte

Kausalität

Nicht zuletzt seien schließlich die wichtigsten methodischen Kritikpunkte angesprochen. Zum einen sind die Studien häufig nicht in der

Lage, die postulierte Kausalität der Zusammenhänge eindeutig nachzuweisen. Häufig basieren die Studien auf Querschnittanalysen, die alle Verhaltensdeterminanten und das Verhalten selbst zu einem Messzeitpunkt erfassen. Damit lässt sich jedoch streng genommen nicht eindeutig nachweisen, ob Einstellungen, subjektive Norm und wahrgenommene Verhaltenskontrolle Ursache des Verhaltens sind. In einigen Fällen ist die umgekehrte Reihenfolge, nach der die kognitiven Modellkomponenten aus dem Verhalten resultieren, durchaus vorstellbar. In der Werbepsychologie wird etwa das Phänomen der Impulskäufe diskutiert, die durch einen affektiven Reiz und ohne kognitive Beteiligung ausgelöst werden. Erst nach einer positiven Erfahrung mit dem Produkt bildet sich dieser Idee nach eine positive Einstellung heraus (vgl. Kroeber-Riel & Weinberg 1999). Darüber hinaus lässt sich die Kausalität der Zusammenhänge auch deshalb nicht festlegen, weil davon auszugehen ist, dass die Zusammenhänge ohnehin nicht klar in die eine oder andere Richtung gehen, sondern als zirkulärer Prozess beschreibbar sind. Es ist deshalb unverzichtbar, das Modell in Längsschnittanalysen mit mindestens zwei Messzeitpunkten zu prüfen, um die Kausalität der Zusammenhänge nachzuweisen. Für eine Untersuchung des prozessualen und zirkulären Charakters der Verhaltensentstehung sind noch mehr Messzeitpunkte notwendig (vgl. Kapitel 3.1.2).

In engem Zusammenhang damit steht die Kritik an der statischen Konzeptionalisierung der dem Verhalten zugrunde liegenden Modellkomponenten (Jonas & Doll 1996, Wirth et al. 2008: 602). Die TRA/TPB bildet das Zusammenspiel der Modellkomponenten in einem zeitlich begrenzten Rahmen ab, der es nicht ermöglicht, den prozessualen Charakter des Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhangs zu verfolgen. Die Integration des vergangenen Verhaltens als Modell-determinante ist eine kleine Annäherung, den zeitlichen Rahmen auszuweiten. Eine bessere Näherung wäre es jedoch, den prozessualen Charakter durch Einführung einer Feedback-Schleife zwischen Verhalten und den drei Determinanten der Verhaltensintentionen abzubilden. Dieser Logik folgten Wirth et al. (2008) im Rahmen ihres *Integrative Models of Mobile Phone Appropriation*, das davon ausgeht, dass die Nutzung neuer Kommunikationstechnologien nicht nur Ergebnis verhaltensspezifischer, normativer und kontrollspezifischer Vorstellungen ist, sondern auch Ursache derselben (vgl. Kapitel 4.2.2).

Statische
Konzeptionalisierung

Abschließende Würdigung

Trotz aller Kritik darf nicht vergessen werden, dass es sich bei der TRA/TPB um eine der am besten belegten Theorien der Sozialpsychologie handelt. Entsprechend positiv fällt die Beurteilung des Modells durch andere Forscher:innen aus (vgl. z.B. Armitage 2015, Armitage & Christian 2003, Eagly & Chaiken 1993, Petraitis, Flay & Miller 1995, Petty & Cacioppo 1996). Petty und Cacioppo (1996: 204) beschrieben die Theorie als „kohärentes und hochgradig brauchbares Modell“ zur Darstellung der Zusammenhänge zwischen Vorstellungen, Einstellungen und Verhalten. So kommt es auch nicht von ungefähr, dass die TRA/TPB wohl immer noch das „dominierende Modell der Einstellungs-Verhaltens-Zusammenhänge“ (Armitage & Christian 2003: 192) darstellt und in den letzten Jahren vermehrt auch Einzug in die Kommunikationswissenschaft gehalten hat.