

# Test zur Messung Rezeptiver Partizipation

Testautor: Jürgen Grimm

Zitation des vorliegenden Textes:

Grimm, Jürgen (2016): Rezeptive Partizipation. Testkonstruktion und -interpretation. - Methodenforum der Universität Wien: MF-Working Paper 2015-03. [<http://empcom.univie.ac.at/methoden-archiv/>]

Dimensionen rezeptiver Partizipation

- Narrative Engagement
- Involvement
- Identifikation

Der Test zur rezeptiven Partizipation enthält das Konzept von Busselle&Bilandzic „Narrative Engagement“ (früher Transportation) und erweitert es um die Dimensionen „Involvement“ und „Identifikation“. Der Test zu „narrative Engagement“ wurde übernommen, die beiden anderen Dimensionen stellen Test-Neukonstruktionen dar auf der Grundlage von Krugman (Involvement) bzw. Jauß (Identifikation). Erläuterungen zur Test-Konstruktion, siehe Grimm (2012).

Definitionen:

Das *Narrative Engagement* erfasst die *Sogwirkung einer Geschichte*, aufgrund derer ein Rezipient sich in das mediale Szenario hineingezogen fühlt. Nach Busselle&Bilandzic werden vier Subdimensionen unterschieden: wobei die Sub-Dimension „Narrative Presence“ genau dem „Transportation“ nach Green&Brock entsprechen soll (vgl. Busselle & Bildandzic 2009).

*Narrative Engagement* beinhalten lt. Testautoren vier Subdimensionen:

- Narrative understanding
- Attentional focus
- Emotional engagement
- Narrative presence

Hingegen erfasst *Involvement* die Anzahl bzw. Intensität der *Bezüge, die der Rezipient zwischen seiner Lebenswelt und dem filmischen Szenario herstellen kann*. *Involvement* ist doppelreferenziell bezogen auf den Film und die Lebenswelt des Rezipienten. Dies setzt eine *selbstreflexive Haltung* des Rezipienten voraus. Die Rezeptionshaltung beim *Narrative Engagement* ist eine *selbstvergessend*, wobei das mediale Szenario als Simulation von Wirklichkeit „ernst“ genommen wird. Der Rezipient tut, als ob das filmische Szenario seine Wirklichkeit wäre.

Unterschieden werden zwei Formen von *Involvement*, die sich auf die Art der Vergleichsprozesse beziehen (personen- versus situationsbezogener Vergleich):

- Situatives Involvement
- Personales Involvement

Ein dritter Typus der rezeptiven Partizipation ist personenzentrierte *Identifikation*. Dabei übernimmt der Rezipient die Perspektive einer medialen Figur und setzt sich selbst an deren Stelle. Identifikation kann in Anlehnung an Haus Robert Jauß in vier Formen auftreten:

- Empathische Identifikation. (Einfühlung)
- Sympathische Identifikation (positive Verbundenheit)
- Admirative Identifikation (Bewunderung)
- Supportive Identifikation (Mitleid)

### Erläuterungen und Anwendungen des Konzepts „Rezeptive Partizipation“:

Grimm, Jürgen (2012): Multidimensionale Geschichtsvermittlung. Ein theoretisch-methodisches Konzept zur Untersuchung von Medienwirkungen auf der Basis mediatisierter historischer Stoffe (Multidimensional Impartment of history. A theoretical and methodological concept for measuring media effects on the basis of historical topics - German). In: Medien & Zeit, Jg.27, no.3, pp.30-54.

Grimm, Jürgen (2014): Identitätsbildung durch Kino? Filmmutzung und Filmwirkungen bei Jugendlichen am Beispiel von *Chronicle – wozu bist Du fähig*, *Tribute von Panem – The Hunger Games*, *Kriegerin* und *Dirty Girl*. In: Ministerium für Integration, Familie, Kinder, Jugend und Frauen Rheinlandpfalz, Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (Hg.), Medienkompetenz und Jugendschutz IV. – Wiesbaden: FSK, S.44-61.

Grimm, Jürgen, Emilia Rosenzweig (2014): Heilsamer Kitsch: Edukative Effekte der TV-Arztserie „Der Bergdoktor“ auf das Gesundheitsbewusstsein. In: Eva Baumann, Matthias R. Hastall, Constanze Rossmann, Alexandra Sowka (Hg.), Gesundheitskommunikation als Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Baden-Baden: Nomos, S.257-274. [BUCH, PC-Ordner Aufsätze\HealthComm GrimmRosenzweig2014\_HeilsamerKitsch.pdf und in EigenePub]

Grill, Christiane, Andreas Enzminger (2014): Gesundheitskompetenz durch Actiondrama? In: Eva Baumann, Matthias R. Hastall, Constanze Rossmann, Alexandra Sowka (Hg.), Gesundheitskommunikation als Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Baden-Baden: Nomos, S.275-288.

Grimm, Jürgen (2015): Value orientation and national identity in Russia: A media effect study on the Holocaust documentary „Night and Fog“. In: Central European Journal of Communication, accepted for print 11/14 2014, vol.8, no.1, pp.38-62.

### Grundlagenliteratur zu *Narrative Engagement*, *Involvement* und Identifikation:

Busselle, Rick , Helena Bilandzic (2009): Measuring narrative engagement. In: Media Psychology, vol.12, issue 4, pp. 321-347.

Jauß, Hans Robert (1984): Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik, Aufl.4 (zuerst, 1982). – Frankfurt: Suhrkamp Verlag.

Krugman, Herbert E. (1966): The measurement of advertising involvement. In: Public Opinion Quarterly, vol.30, no.4, pp.583-596.

Operationalisierung von *Narrativ Engagement*

1. Bitte geben Sie an, wie stark Sie folgenden Aussagen zustimmen.

<i>Ich stimme ... zu.</i>	überhaupt nicht							voll und ganz
An manchen Stellen fiel es mir schwer zu verstehen, was gerade passiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe ein unklares Bild von den Figuren/ Personen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist mir schwer gefallen, den roten Faden der Geschichte zu finden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Meine Gedanken sind während der Sendung immer wieder abgeschweift.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beim Sehen ist mir aufgefallen, dass ich an etwas anderes denke.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist mir schwergefallen, meine Gedanken nur auf die Sendung zu richten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Sendung hat mich gefühlsmäßig berührt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Während der Sendung war ich froh, wenn eine Hauptfigur Erfolg hatte, und traurig, wenn ihr etwas Schlechtes passierte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manche Figuren/ Personen in der Sendung haben mir leidgetan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Während der Sendung war mein Körper im Zimmer, aber mein Geist war inmitten der Welt, die die Geschichte geschaffen hat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Sendung schuf eine neue Welt für mich, und diese Welt verschwand plötzlich, als die Sendung endete.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An manchen Stellen der Sendung war mir die Welt der Geschichte näher als die „echte Welt“.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indexbildung von Narrative Engagement:

Summenindex und Prozentuierung an max. erreichbarer Zustimmung. Resultierende Skala für die Subdimensionen und den gemittelten Gesamtindex: 0-100,

Zuordnung zu den vier Subdimensionen von Narrative Engagement:

- Narrative understanding (Item 1-, 2-, 3-)
- Attentional focus (Item 4-, 5-, 6-)
- Emotional engagement (Item 7, 8, 9)
- Narrative presence (Item 10, 11, 12)

Die mit „-“ gekennzeichneten Items müssen vor der Summenbildung umkodiert werden (1=8, 2=7 usw.).

Operationalisierung von *Involvement*

2. Was hat der Film bei Ihnen persönlich ausgelöst? Wie sehr treffen folgende Aussagen auf Sie persönlich zu?

<i>Tritt auf mich persönlich zu ...</i>	überhaupt nicht							voll und ganz
Begebenheiten in der Geschichte erinnern mich an meine eigenen Erfahrungen und Erlebnisse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aus manchen Punkten der Geschichte kann ich Anregungen für mein Leben ziehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bei einigen Situationen in der Geschichte musste ich an Erzählungen von Freunden und Bekannten denken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einer bestimmten Person in der Geschichte fühle ich mich ziemlich ähnlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manche Personen in der Geschichte könnten aus meinem Bekanntenkreis stammen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine Person in der Geschichte bewundere ich ganz besonders.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indexbildung von *Involvement*:

Summenindex und Prozentuierung an maximal erreichbarer Zustimmung. Resultierende Skala für die Subdimensionen und den gemittelten Gesamtindex: 0-100,

Zuordnung zu den vier Subdimensionen von Narrative Engagement:

- Situatives *Involvement* (Item 1, 2, 3)
- Personales *Involvement* (Item 4, 5, 6)

Operationalisierung von Identifikation

*Empathische Identifikation (Einfühlung):*

3. Bitte geben Sie an, wie stark Sie sich in die Personen des Films hineinversetzen können.

<i>Ich kann mich in ... hineinversetzen ...</i>	überhaupt nicht							voll und ganz
Person A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Person B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Sympathische Identifikation (Verbundenheit):*

4. Und wie sympathisch sind Ihnen diese Personen des Films?

<i>... ist mir ... sympathisch ...</i>	überhaupt nicht							voll und ganz
Person/Personengruppe A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Person/Personengruppe B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Admirative Identifikation (Bewunderung):*

5. Und wie bewundernswert erscheinen Ihnen diese Personen des Films?

<i>... ist ... bewundernswert ...</i>	überhaupt nicht							voll und ganz
Person/Personengruppe A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Person/Personengruppe B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Supportive Identifikation (Mitleid):*

6. Wie bemitleidenswert erscheinen Ihnen diese Personen des Films?

<i>... ist ... bemitleidenswert ...</i>	überhaupt nicht							voll und ganz
Person/Personengruppe A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Person/Personengruppe B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Personen oder Personengruppen werden in Abhängigkeit vom Film eingesetzt. Sie können auf bis zu vier Personen/Gruppen ergänzt werden. Üblicherweise werden zumindest die beiden Identifikationstypen *Empathische* und *Sympathische Identifikation* erhoben. In Abhängigkeit von Stimulusmaterial und Fragestellung werden weitere Identifikationstypen hinzugenommen.

Umrechnung der 8er-Skala zu jedem Identifikationstyp in Zustimmungsprozent. Skala: 0-100