

## **Geleitwort von Armin Scholl**

Als Werner Früh und Klaus Schönbach in den 1980er Jahren den dynamisch-transaktionalen Ansatz entwickelt haben, gingen sie bewusst von dessen Modellcharakter aus. Eine ausformulierte Theorie sollte es (noch) nicht sein, weil es ganz verschiedene Möglichkeiten gibt, im Rahmen des Ansatzes theoretisch zu arbeiten und dann methodisch umzusetzen. Dies ist der theoretische Zugang zur Studie von Matti Seithe. Der anwendungsbezogene Zugang besteht in der Beobachtung, dass es einen Unterschied macht, woher Informationen stammen, also ob sie eher journalistische Berichterstattung oder eher Informationen mit persuasiver Absicht sind. Die unterschiedlichen Informationsquellen können einen Einfluss darauf haben, wie glaubwürdig die Informationen eingeschätzt werden, aber auch wie intensiv man sich mit ihnen beschäftigt. Und schließlich geht es ganz konkret darum, wie Männer, die mit Männern Sex haben (MSM), mit Informationen über HIV/Aids umgehen, ein Thema, das für sie als so genannte Risikogruppe prinzipiell relevant ist. Insofern ist die vorliegende Studie für verschiedene Teilbereiche relevant: Medienwirkungsforschung, Rezeptionsforschung, Journalismusforschung, Gesundheitskommunikation.

Die empirische Umsetzung steht vor der Herausforderung, den dynamischen, den transaktionalen und den molaren Aspekt des Modells umzusetzen. Matti Seithe wählt eine experimentelle Versuchsanlage dafür, eine Entscheidung, die sich als sehr gut geeignet herausstellt. Mit dem Stimulus interveniert der Forscher sozusagen in die zu untersuchende Wirklichkeit und „proviziert“ damit Transaktionen. Durch die Vorher-Nachher-Messung wird zudem der Faktor Zeit berücksichtigt. Das Panel-Design ermöglicht es, individuelle Entwicklungen zwischen zwei Zeitpunkten zu erfassen. Schließlich wird das feldexperimentelle Design der Anforderung an eine molare Anordnung gerecht. Die Daten des Experiments werden zudem mit einer standardisierten Inhaltsanalyse derjenigen Medien zusammengeführt, die sich an die Zielgruppe der Befragung richten und die aufgrund der Befragungsergebnisse von einer relevanten Anzahl der Probanden als Informationsquellen benutzt werden: Queer.de (Online), blu, M-Männer, Schwulissimo und Siegestsäule (alle Print). So ist es möglich, den Befragungsdaten die individuell damit verbundenen inhaltsanalytischen Daten zuzuspielen. Diese Methodenkombination ist somit eine anspruchsvolle Integration statt eine bloße wechselseitige Ergänzung.

Die Studie kann zahlreiche Lerneffekte nachweisen, die durch die Medienbotschaften erzeugt werden, etwa die Verbesserung des Wissens zum Thema HIV/Aids, die Einstellung zum Schutz beim Sex, aber nur wenig in Bezug auf konkrete Verhaltensweisen (etwa Schutzmaßnahmen). Die Rezeption der experimentell manipulierten

Medieninhalte beeinflusst dabei nicht nur die Intra-Transaktion von Aktivierung und Wissen, sondern auch von Vertrauen und Involvement. Die Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Dimensionen sind erwartungsgemäß komplex, können aber plausibel im Rahmen der theoretischen Vorhersagen interpretiert werden, wenngleich – wie in den allermeisten empirischen Studien – auch einige Hypothesen falsifiziert werden.

In praktischer Hinsicht wird deutlich, dass Gesundheitskampagnen in den Medien nur eine begrenzte Wirkung haben und dass es auf das Gesamtensemble kommunikativer Aktivitäten ankommt. Beruhigend ist das Ergebnis, dass die meisten Rezipienten offenbar zwischen journalistischer Berichterstattung und werblichen Informationen unterscheiden können. Das Präventionsverhalten von Risikogruppen kann mit Hilfe der Studie und ihren Ergebnissen vielleicht nicht unmittelbar und zeitnah verbessert werden, aber dass man für Verhaltensänderungen vor allem im Gesundheitsbereich einen langen Atem benötigt, ist bereits bekannt. Und wenn die Studie dazu motiviert, diesen langen Atem in der Entwicklung geeigneter Kampagnen zu entwickeln, wäre das nicht das geringste Verdienst, was empirische Sozialforschung erbringen kann.

Münster, im April 2017



<http://www.springer.com/978-3-319-59757-7>

Artificial Intelligence in Medicine

16th Conference on Artificial Intelligence in Medicine,

AIME 2017, Vienna, Austria, June 21-24, 2017,

Proceedings

ten Teije, A.; Popow, C.; Holmes, J.H.; Sacchi, L. (Eds.)

2017, XXV, 369 p. 75 illus., Softcover

ISBN: 978-3-319-59757-7