

Juliane Finger

Langfristige Medienwirkungen aus Rezipientenperspektive

Zur Bedeutung des Fernsehens für mentale
und kollektive Repräsentationen des Holocaust



Nomos

Lebensweltbezogene Medienforschung:
Angebote – Rezeption – Sozialisation

Herausgegeben von

Ingrid Paus-Hasebrink
Sascha Trültzsch-Wijnen
Uwe Hasebrink

Band 4

Juliane Finger

Langfristige Medienwirkungen aus Rezipientenperspektive

Zur Bedeutung des Fernsehens für mentale
und kollektive Repräsentationen des Holocaust



Nomos

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der Axel Springer Stiftung.

© Titelbild: fotolia.com

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

Zugl.: Hamburg, Univ., Diss., 2016

u.d.T.: „Fernseh-Erinnerungen. Eine Untersuchung subjektiv wahrgenommener Medienwirkungen auf mentale und kollektive Repräsentationen vom Holocaust“

ISBN 978-3-8487-3731-4 (Print)

ISBN 978-3-8452-8044-8 (ePDF)

1. Auflage 2017

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort zu Band 4 der Reihe „Lebensweltbezogene Medienforschung“

Die Erforschung von Medienwirkungen gehört zu den wichtigen Anliegen der Medien- und Kommunikationsforschung. Allerdings ist die Stellung dieses Forschungszweigs durchaus umstritten. Auf der einen Seite die Wirkungsforschung im engeren Sinne, die theoretisch und empirisch auf überprüfbare Kausalaussagen ausgerichtet ist und entsprechend experimentelle Forschungsdesigns zu kurzfristigen Medieneffekten bevorzugt. Auf der anderen Seite die Rezeptions- und Aneignungsforschung, die den Wirkungsbegriff oft gänzlich ablehnt, indem sie die aktive Rolle der Mediennutzerinnen und -nutzer betont, die, eingebettet in ihre jeweiligen sozialen Kontexte, Medienangeboten ihren subjektiven Sinn zuschreiben. Angesichts dieser Konstellation fällt es der Kommunikationswissenschaft schwer, einen substanziellen Beitrag zu Themenfeldern zu leisten, die von intensiven Diskussionen über mögliche Wirkungen der Medien geprägt sind. Zu diesen Feldern gehört die Rolle der Medien bei der Erinnerung an sowie bei der Herausbildung von Wissen und Vorstellungen über den Holocaust.

In ihrem Buch verfolgt Juliane Finger das Ziel, diese Gegenüberstellung zu überwinden: Sie hält fest an dem Anliegen, die Wirkung der Medien – in diesem Fall vor allem des Fernsehens – auf individuelle und gesellschaftliche Prozesse zu verstehen – in diesem Fall auf die Erinnerung an den Holocaust und die auf diese Thematik bezogenen Vorstellungen. Zugleich berücksichtigt sie, dass Menschen die Medien in ihren jeweiligen lebensweltlichen Kontexten nutzen, die unter anderem von spezifischen Sozialisationsbedingungen geprägt sind. Anknüpfend an die Tradition dynamisch-transaktionalen Denkens in der Kommunikationswissenschaft sowie an die kulturwissenschaftliche Gedächtnisforschung untersucht sie, wie Menschen den lebenslangen Prozess der Herausbildung mentaler Repräsentationen vom Holocaust für sich rekonstruieren, an welche Begegnungen mit der Thematik sie sich erinnern und welche Bedeutung und welche „Wirkung“ sie dabei verschiedenen Quellen zuschreiben. Dazu führt sie biographische Interviews sowie Gruppendiskussionen mit Angehörigen verschiedener Generationen durch. Aus dieser theoretischen Perspektive und mit diesem methodischen Vorgehen gelingt es Juliane Finger, eine Brücke über die skizzierte Kluft zwischen „kontextvergessener“ experimenteller Wirkungsforschung und „wirkungvergessener“ Aneignungsforschung zu schlagen und, ganz im Sinne dieser Publikationsreihe, durch eine lebensweltbezogene Perspektive angebots-, rezeptions- und

Vorwort zu Band 4 der Reihe „Lebensweltbezogene Medienforschung“

sozialisationsbezogene Aspekte miteinander zu verbinden, um so ein gesellschaftlich hoch relevantes Feld für die kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung zu erschließen.

Ingrid Paus-Hasebrink, Sascha Trültzsch-Wijnen, Uwe Hasebrink

Danksagung

Dieses Buch ist eine überarbeitete und gekürzte Fassung meiner Dissertation, welche ich im Jahr 2016 abgeschlossen habe. Während der Anfertigung der Dissertation haben mich zahlreiche Personen unterstützt, denen ich an dieser Stelle danken möchte. Zuallererst gilt mein herzlicher Dank an dieser Stelle meinem Doktorvater Uwe Hasebrink, der mich über die Jahre der Anfertigung meiner Doktorarbeit begleitet, unterstützt und immer konstruktiv beraten hat. Außerdem danke ich meiner Zweitgutachterin Irene Neverla. Meiner Mentorin an der Graduate School for Media and Communication, Joan Bleicher, möchte ich danken für ihren für die vorliegende Arbeit sehr gewinnbringenden fachlichen Rat und den Blick aus der „medienwissenschaftlichen Perspektive“. An der Graduate School hat mich außerdem Sabine Trepte mit hilfreichen Ratschlägen und der Begutachtung von Papers unterstützt.

An der Graduate School for Media and Communication, dem Institut für Medien und Kommunikation sowie am Hans-Bredow-Institut haben mich zahlreiche Kollegen begleitet. Besonders möchte ich mich bedanken bei Hans-Ulrich Wagner, Julia Schumacher, Claudia Lampert, Jenny Voth, Judith Lohner und Sascha Hölig für ihre hilfreichen Tipps zu meiner Arbeit.

Außerdem möchte ich den Teilnehmern meiner qualitativen Studie für ihr Vertrauen danken, das sie mir entgegen gebracht haben. Mit ihrer Bereitschaft zur Teilnahme und zur Offenlegung von teilweise sehr persönlichen Details aus ihrem Leben haben sie diese Arbeit überhaupt erst möglich gemacht.

Ich möchte meiner Familie danken, insbesondere meinen Eltern, Elisabeth und Karl-Heinz Finger, die mich während meiner Schul- und Studienzeit immer, jeder auf seine/ihre Weise, gefördert haben. Leider konnte meine Mutter nicht mehr erleben, wie ich meine Doktorarbeit anfertige. Mein Dank gilt auch Holger und Monika Biebrach, die mich in der letzten Phase der Endredaktion umfangreich unterstützt und entlastet haben.

Zuletzt möchte ich mich bei der Axel Springer Stiftung bedanken, welche die Publikation dieses Buchs freundlicherweise mit einem Druckkostenzuschuss unterstützt hat.

Juliane Finger

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis	15
1 Einleitung	17
2 Langfristige Medienwirkungen	25
2.1 Begriffsklärung: langfristige Medienwirkungen	25
2.2 Klassische Medienwirkungsforschung	27
2.2.1 Kultivierungsforschung	27
2.2.2 Persuasionsforschung	29
2.3 Alternative Forschungsansätze	30
2.3.1 Mediensozialisationsforschung	31
2.3.2 Dynamisch-transaktionaler Ansatz	33
2.3.3 Medienaneignungsforschung	36
2.4 Zwischenfazit	39
3 Individuelles und kollektives Gedächtnis	43
3.1 Individuelles Langzeitgedächtnis	43
3.1.1 Funktionen der Langzeitgedächtnissysteme	44
3.1.2 Konsolidierung und Abruf	47
3.1.3 Konstruktivität des individuellen Gedächtnisses	48
3.1.4 Abruf von Erinnerungen an das Fernsehen	51
3.1.5 Zwischenfazit	58
3.2 Kollektives Gedächtnis und Medien	62
3.2.1 Begriffsklärung: kollektives Gedächtnis	63
3.2.2 Erinnerungskulturwissenschaftlicher Medienkompaktbegriff	70
3.2.3 Kollektives Gedächtnis und Massenmedien	73
3.2.4 Zwischenfazit	77
4 Der Holocaust im bundesrepublikanischen Fernsehen	81
4.1 Darstellung des Holocaust im Fernsehen	82
4.2 Wirkungsannahmen auf Basis der Fernsehdarstellungen	93

Inhaltsverzeichnis

4.3 Wirkung der Fernsehdarstellungen auf die Rezipienten	95
4.4 Zwischenfazit	102
5 Zusammenführung der theoretischen und empirischen Konzeption	105
5.1 Konzept des eigenen Ansatzes	105
5.2 Forschungsleitende Fragen	108
6 Methodik	111
6.1 Medienbiographische Methode	111
6.2 Methode Gruppendiskussion	116
6.3 Kombination der Methoden	121
6.4 Ablauf der empirischen Studie	121
6.5 Sample	123
6.5.1 Medienbiographische Interviews (Erhebung 1)	123
6.5.2 Medienbiographische Interviews (Erhebung 2)	124
6.5.3 Offene Gruppendiskussionen	125
6.5.4 Rekrutierung bei allen drei Untersuchungsteilen	128
6.6 Leitfaden und Stimuli	129
6.6.1 Medienbiographische Interviews (Erhebung 1)	129
6.6.2 Medienbiographische Interviews (Erhebung 2)	133
6.6.3 Offene Gruppendiskussionen	134
6.7 Kategoriensystem, Kodierung und Auswertung	136
6.7.1 Allgemeine Vorüberlegungen	136
6.7.2 Medienbiographische Interviews (Erhebung 1 und 2)	138
6.7.3 Offene Gruppendiskussionen	142
7 Ergebnisse	147
7.1 Holocaust-bezogene Repertoires	147
7.1.1 Medienbiographische Interviews	148
7.1.2 Offene Gruppendiskussionen	159
7.1.3 Zwischenzusammenfassung	168
7.2 Mentale und kollektive Repräsentationen vom Holocaust	173
7.2.1 Medienbiographische Interviews	173
7.2.2 Offene Gruppendiskussionen	181
7.2.3 Zwischenzusammenfassung	186

7.3 „Typische“ Lebensverläufe (medienbiographische Interviews)	187
7.4 Subjektive Wirkungen des Fernsehens	200
7.4.1 Medienbiographische Interviews	200
7.4.2 Offene Gruppendiskussionen	208
7.4.3 Zwischenzusammenfassung	214
7.5 Diskussion und Einordnung der zentralen Ergebnisse	217
8 Fazit und Implikationen	227
8.1 Zusammenfassung und Fazit zu den Leitfragen	227
8.2 Reflexion des methodischen Vorgehens	232
8.3 Implikationen für Vermittlung von Erinnerung	233
8.4 Ausblick auf weiterführende Fragen	235
Literaturverzeichnis	239
Anhang	265

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zusammenspiel der verschiedenen Dimensionen von kollektivem Gedächtnis	69
Abbildung 2: Auswertungskategorien im Zusammenhang	108
Abbildung 3: Chronologischer Ablauf der empirischen Untersuchung	122
Abbildung 4: Verbindungen zwischen Kategorien im Verlauf über das Leben	216

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Studien zur Wirkung von audiovisuellen Holocaust-Darstellungen	99
Tabelle 2: Vor- und Nachteile von offenen Gruppendiskussionen und medienbiographischen Interviews	121
Tabelle 3: Sample für die medienbiographischen Interviews in Erhebung 1 und 2	125
Tabelle 4: Sample für die offenen Gruppendiskussionen	127
Tabelle 5: endgültige Version der Auswertungsmatrix für die Repertoire-Typenbildung	139
Tabelle 6: Blanko-Matrix zum Vergleich von Mustern in Holocaust-bezogenen Repertoires der Gruppen	145
Tabelle 7: Überblick über die Typen Holocaust-bezogener Repertoires	171
Tabelle 8: Auszug aus einer Vergleichstabelle zum Verlauf über die Zeit	282
Tabelle 9: Auszug aus einer Vergleichsmatrix für die Typenbildung	283
Tabelle 9: Muster in zentralen Auswertungskategorien in den Gruppendiskussionen	285
Tabelle 11: Verteilung der Redezeit in Gruppe AN_1	287
Tabelle 12: Verteilung der Redezeit in Gruppe AH_3	289
Tabelle 13: Verteilung der Redezeit in Gruppe AH_5	291
Tabelle 14: Verteilung der Redezeit in Gruppe JN_4	293
Tabelle 15: Verteilung der Redezeit in Gruppe JH_2	295

1 Einleitung

„Wir haben die immerwährende Verantwortung, das Wissen über die Gräueltaten von damals weiterzugeben und das Erinnern wachzuhalten“, so Bundeskanzlerin Merkel auf einer Gedenkveranstaltung zum 70. Jahrestag der Befreiung von Auschwitz (Merkel, 2015, Para. 8). Zentral für die Erinnerung an historische Ereignisse sind Massenmedien wie das Fernsehen. Massenmedien liefern Informationen für jene Personen, die nicht selber bei Ereignissen wie der Befreiung von Auschwitz dabei waren. Dies gilt besonders dann, wenn die mündliche Überlieferung über Zeitzeugen nicht mehr möglich ist (Assmann & Assmann, 1994). Die Bedeutung von Massenmedien für das kollektive Gedächtnis und die Erinnerungskultur ist allgemein anerkannt, auch außerhalb der wissenschaftlichen Forschung wird darauf rekurriert. So sagte Bundespräsident Gauck anlässlich der Gedenkstunde zum 70. Jahrestag der Befreiung von Auschwitz:

Mit der Fernsehserie Holocaust Ende der 70er Jahre erschloss sich einer wirklich breiten Öffentlichkeit schließlich die Perspektive der Opfer. Nie zuvor hatten sich in West und Ost, obwohl vorher zahlreiche wissenschaftliche Publikationen erschienen waren, so viele Deutsche dem Schicksal einer jüdischen Familie gestellt. Niemals zuvor hatten sich so viele so tief davon berühren lassen. (Gauck, 2015, Para. 20)

Kann man eine derart starke Wirkung einer Fernseh-Mini-Serie so einfach annehmen? Bislang ist im Zusammenhang mit Medien¹, kollektivem Gedächtnis und Erinnerungskultur vor allem die Seite der Mediendarstellungen untersucht worden (Neiger, Meyers & Zandberg, 2011). Die Frage, die in diesem Zusammenhang meistens ausgelassen und nicht erforscht wird, ist die nach der Wirkung, insbesondere der *langfristigen Wirkung* der Mediendarstellungen auf die *Rezipienten*. Was bleibt von der Vielzahl der Mediendarstellungen bei den Rezipienten im Gedächtnis, nicht nur bis kurz nach dem Sehen, Lesen oder Hören, sondern über längerfristige Zeiträume von Monaten bis hin zu Lebensjahrzehnten? Welche Bedeutung haben Medien für die Art und Weise, wie von Einzelnen bis hin zur gesam-

1 Im Folgenden wird, sofern es nicht anders gekennzeichnet ist, nur noch von Medien als Sammelbegriff für Massenmedien gesprochen, also Medien „über die durch Techniken der Verbreitung und Vervielfältigung mittels Schrift, Bild und/oder Ton optisch bzw. akustisch Aussagen an eine unbestimmte Vielzahl von Menschen vermittelt werden“ (Burkart, 2002, S. 171; vgl. auch Maletzke, 1963).

ten Gesellschaft geschichtliche Ereignisse erinnert werden? Welches Wissen und welche Emotionen werden mit diesen Erinnerungen verbunden? Diese Fragen waren der Ausgangspunkt für die vorliegende Untersuchung. Untersucht werden diese Fragen aus einer neuen, bislang kaum beachteten Perspektive, und zwar aus der subjektiven Perspektive der Rezipienten auf langfristige Wirkungen.

Es werden mit den oben aufgeworfenen Fragen zwei aufeinander bezogene Gegenstandsbereiche berührt. Erstens die Forschung zu langfristigen Medienwirkungen. Zweitens die Forschung zur Bedeutung von Medien für das kollektive Gedächtnis, hier zu dem Anwendungsbeispiel der Holocaust-Darstellungen im deutschen Fernsehen.

Erster Gegenstandsbereich: langfristige Medienwirkungen

Im Alltag sehen Rezipienten nicht nur einen Fernsehfilm oder lesen nicht nur einen Zeitungsartikel, sondern sie kommen immer wieder in Kontakt mit Darstellungen von gesellschaftlich bedeutsamen Themen oder Ereignissen. Die Frage nach langfristigen Wirkungen alltäglicher Medienexposition ist daher sowohl von gesellschaftlicher als auch von wissenschaftlicher Relevanz. Die Erforschung langfristiger, das heißt über wenige Wochen hinausgehender Wirkungen ist ein Forschungsdesiderat.

Im Mainstream der Medienwirkungsforschung werden aktuell vor allem kurzfristige Wirkungen untersucht. Das liegt nicht zuletzt an der Definition von Medienwirkungen als überzufällige, kausale Beziehung zwischen einem Medienstimulus und einer nachfolgenden Veränderung von Attributen der Rezipienten (Bilandzic, 2014; Perry, 1996). Eine solche Wirkung wäre beispielsweise das nach dem Sehen einer Dokumentation über die Befreiung von Auschwitz angestiegene Wissen über Konzentrationslager. Die kausale Beziehung zwischen der Dokumentation (Ursache) und dem Wissen der Rezipienten (Wirkung) muss objektiv, das heißt von der Person des Forschers und des Rezipienten unbeeinflusst, gemessen werden. Andere Erklärungsmöglichkeiten für die Wirkung, wie z.B. bereits bestehendes Wissen, müssen ausgeschlossen werden. Diese Forschungslogik, nachfolgend Kausallogik genannt, verhindert die Untersuchung von einem Teil möglicher Wirkungsphänomene, denn kausale Wirkungsbeziehungen lassen sich am besten in Laborexperimenten untersuchen (Brosius, Mangold & Schwer, 2010). Häufig werden in der Medienwirkungsforschung dementsprechend Experimente zur Wirkung einzelner Medienstimuli auf Kognitionen oder Einstellungen durchgeführt (Potter & Riddle, 2007, S.

98–99)². Ein Beispiel hierfür ist ein Experiment zur Wirkung des Sehens von experimentell variierten Versionen einer Dokumentation auf den Wissenszuwachs von verschiedenen Rezipienten, die sich nur in der gesehenen Version der Dokumentation unterscheiden. Über längere Zeiträume und in natürlichen Rezeptionssituationen ist es aber schwierig, kausale Wirkungen frei von Störfaktoren nachzuweisen.

Ein weiteres Problem dieser Forschungslogik ist, dass sie auf vom Medium ausgehende Wirkungen zentriert ist. Eigenschaften der Rezipienten, beispielsweise der sozioökonomische Status oder das Vorwissen, werden als intervenierende Variablen erhoben. Es werden aber nur jene Variablen einbezogen, die zuvor theoretisch bedacht wurden. Die subjektive Perspektive der Rezipienten und ihre Deutungen der Mediendarstellungen spielen keine Rolle.

Eine alternative Position wird in der Forschung zur Aneignung von Medien vertreten, welche ihre Wurzeln in den britischen Cultural Studies hat. Der Begriff der Medienwirkung wird in dieser Forschungsrichtung vermieden, da die damit verbundene Kausallogik und die Vorstellung vom unidirektional beeinflussten Rezipienten abgelehnt wird (Morley, 2008). Einflussreich für die Aneignungsforschung ist insbesondere Halls Encoding/Decoding Modell (Hall, 1980). Hall sagt darin, dass es unterschiedliche Lesarten von Medientexten gibt, die potenziell von der von den Medienproduzenten angelegten Lesart abweichen. In diesem Sinne steht der Begriff der Medienaneignung für den Prozess des aktiven, kreativen „Sich-zu-eigen-Machens“ (Hepp, 2005, S. 67) von Medieninhalten. Aneignungsforschung ist an einem tieferen Verständnis von alltäglichen Praktiken und Sinnkonstruktionen interessiert, welche sich nicht mit den standardisierten Methoden der Medienwirkungsforschung erfassen lassen (Ang, 1991a; Morley, 1999). Im Gegensatz zur Medienwirkungsforschung werden bei der Aneignungsforschung nicht individualpsychologische Eigenschaften der Rezipienten als Einflussfaktoren betrachtet, sondern es wird die Bedeutung der soziokulturellen Kontexte herausgestellt, innerhalb derer sich die Aneignung von Medien vollzieht (Hall, 1980; Miller, 2009; Morley, 2008).

Es findet wenig Dialog zwischen Medienwirkungsforschern und Medienaneignungsforschern statt. Dies kann als Defizit gesehen werden. Nicht zuletzt, da die bisherige Forschung zeigt, dass die Sinnkonstruktionen und Deutungen der Rezipienten einen Einfluss im Medienwirkungsprozess ha-

2 Dies ist das Ergebnis einer Inhaltsanalyse von 16 einschlägigen englischsprachigen wissenschaftlichen Zeitschriften im Zeitraum von 1993-2005, welche von Potter und Riddle (2007) durchgeführt wurde.

ben (z.B. Früh, 1991, 1994). Vor diesem Hintergrund wird in diesem Buch ein alternativer Ansatz zur Untersuchung langfristiger Medienwirkungen entwickelt und erprobt, der Positionen der Medienwirkungs- und der Medienaneignungsforschung integriert. Der alternative Ansatz unterscheidet sich von bestehenden Herangehensweisen, indem

1. die subjektive Perspektive der Rezipienten, das heißt die von den Rezipienten auf sich selber wahrgenommene Medienwirkung, einbezogen wird sowie
2. der längerfristige Wirkungsverlauf aus heutiger Perspektive rekonstruiert wird.

Dieser Ansatz wird im theoretischen Teil des Buches entwickelt. Der Ansatz wird an einem Anwendungsbeispiel erprobt, soll aber auch auf andere Themen als das hier gewählte Beispiel übertragen werden können.

Zweiter Gegenstandsbereich und Anwendungsbeispiel: Medien und kollektives Gedächtnis am Beispiel von Holocaustdarstellungen im Fernsehen und deren Wirkung

Aus dem großen Feld der Bedeutung von Medien für das kollektive Gedächtnis wird das konkrete Anwendungsbeispiel ausgewählt: die Bedeutung des Fernsehens für individuelle und kollektive Repräsentationen der Rezipienten zum Thema Holocaust in Deutschland. Dem Fernsehen wird eine besondere Bedeutung für das kollektive Gedächtnis der Gesellschaft (z.B. Ebbrecht, 2011; Hickethier, 2003) bzw. für die Konstruktion von Geschichtsvorstellungen in der Gesellschaft (Bösch, 2007) zugeschrieben. Das Fernsehen ist in Deutschland eine der meistgenutzten Informationsquellen für zeitgeschichtliche Themen (Grajczyk, Klingler & Roters, 1998) bzw. speziell für die Themen Nationalsozialismus und Holocaust (TNS Infratest Politikforschung, 2010). Schüler haben unter anderem durch das Fernsehen bereits vor der unterrichtlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Holocaust Vorwissen (Kopf-Beck, Gaisbauer & Dengler, 2013; Zülsdorf-Kersting, 2007). Bislang ist vor allem das Wirkungspotenzial auf Basis der Fernsehdarstellungen untersucht worden.

Deutlich wird der Bedarf an Forschung zur langfristigen Wirkung auf die Rezipienten an dem oben bereits aufgeführten Beispiel der Fernseh-Mini-Serie „Holocaust“. In medienwissenschaftlichen und -historischen Publikationen wird „Holocaust“ als mitursächlich für eine Zäsur in der deutschen Erinnerungskultur betrachtet (z.B. Paul, 2010b). Nun ist „Holocaust“ eine der wenigen Fernsehdarstellungen, zu denen es Wir-

kungsstudien gibt. Kurzfristig berichteten Zuschauer von einem Wissenszuwachs, einem Rückgang antisemitischer Einstellungen und von der Anregung dazu, sich weiter mit dem Thema Holocaust zu befassen. Bereits nach 14 Wochen gingen diese Wirkungen zurück in Richtung Ausgangsniveau, nur das Wissen stieg weiter an (Marplan Forschungsgesellschaft für Markt und Verbrauch, 1980). Hat die Mini-Serie also, um Gaucks Worte aufzugreifen, nur kurzfristig tief berührt? Und was ist eigentlich mit den vielen anderen Fernsehdarstellungen, die seit den 1950er Jahren ausgestrahlt wurden? Offen bleibt bislang die Frage, welche Wirkungen sich langfristig und nicht nur durch eine, sondern durch die Vielzahl der über den Lebensverlauf gesehenen Sendungen ergeben.

Vor diesem Hintergrund ist das Ziel der empirischen Untersuchung, bezogen auf das Anwendungsbeispiel, die langfristige Wirkung von Fernsehdarstellungen für individuelle sowie kollektive Repräsentationen vom Holocaust zu untersuchen. Damit wird auch ein Beitrag geleistet zum breiteren Forschungsfeld zur Bedeutung von Massenmedien für das kollektive Gedächtnis.

Aus diesen Überlegungen ergeben sich die folgenden zwei Leitfragen:

- Wie können langfristige Medienwirkungen mit dem Fokus auf die Perspektive der Rezipienten konzeptualisiert, methodisch erfasst und ausgewertet werden? (konzeptionell-methodologische Zielsetzung)
- Welche Wirkung hat das Fernsehen für die mentalen und kollektiven Repräsentationen vom Holocaust in Deutschland? (inhaltlich-gegenstandsbezogene Fragestellung).

Um diesen Fragen nachzugehen, ergibt sich folgender Aufbau des Buches: Im vorliegenden Kapitel 1, der Einleitung, werden die übergeordneten Fragen und deren Relevanz dargelegt. Im weiteren theoretischen Teil wird aus der Auseinandersetzung mit drei Forschungsgebieten der eigene Ansatz der langfristigen Medienwirkungsforschung erarbeitet. Diese Forschungsgebiete sind: Erstens die Forschung zu langfristigen Konsequenzen der Medienexposition (s. Kap. 2), zweitens die Forschung zur Konstruktivität des individuellen Langzeitgedächtnisses (s. Kap. 3.1), drittens die Forschung zu kollektivem Gedächtnis und Medien (s. Kap. 3.2).

In Kapitel 2 werden die konzeptionellen Grundlagen für den eigenen Ansatz der langfristigen Medienwirkungsforschung gelegt. Es wird der Begriff der langfristigen Medienwirkungen definiert (Kap. 2.1). Sodann werden Ansätze der Medienwirkungsforschung (Kap. 2.2) sowie alternative Ansätze und Denkmodelle, welche die Rezipienten und deren Deutungen stärker einbeziehen (Kap. 2.3) auf ihren Erkenntniswert für das eigene

Forschungsinteresse überprüft. Kapitel 2.4 spezifiziert in einem Zwischenfazit den eigenen Ansatz hinsichtlich der subjektiven Perspektive auf Medienwirkungen, des relevanten Kontextes und des methodischen Zugriffs über Rekonstruktionen aus dem Gedächtnis.

In Kapitel 3 geht es um das individuelle und kollektive Gedächtnis, insbesondere in Bezug auf die Erinnerung an Medien und mit Medien. Es wird in Kapitel 3.1 geklärt, welche Aussagen auf Basis von Rekonstruktionen aus dem individuellen Gedächtnis möglich sind. Aus dem Forschungsstand werden die Untersuchungskategorien der individuellen mentalen Repräsentationen abgeleitet. Hierfür werden die Funktionen der relevanten Langzeitgedächtnissysteme semantisches und autobiographisches Gedächtnis und die Konstruktivität des individuellen Gedächtnisses erläutert. Außerdem wird der bisherige Forschungsstand zum Abruf von Erinnerungen an das Fernsehen betrachtet. In Kapitel 3.2 geht es um den Zugang zum kollektiven Gedächtnis in der vorliegenden Untersuchung. Hierzu wird der Begriff des kollektiven Gedächtnisses definiert und der Zusammenhang von Medien und kollektivem Gedächtnis auf der Basis des erinnerungskulturwissenschaftlichen Medienkompaktbegriffs von Erll (2011) spezifiziert. Es wird der Forschungsstand zur Funktionalisierung von Massenmedien des kollektiven Gedächtnisses durch die Rezipienten betrachtet. Des Weiteren werden die Untersuchungskategorien der kollektiven Repräsentationen abgeleitet.

Kapitel 4 widmet sich als Grundlage für die empirische Untersuchung dem Anwendungsbeispiel der Holocaust-Darstellungen im bundesrepublikanischen Fernsehen. Dafür wird als relevanter interdisziplinärer Kontext ein Überblick über die Sekundärliteratur zur Entwicklung der Fernsehdarstellungen von den 1950er bis zu den 2000er Jahren gegeben (Kap. 4.1), auf die Wirkungspotenziale auf Basis der Fernsehangebote eingegangen (Kap. 4.2) und es werden die wenigen bisherigen Studien zur Wirkung von Fernsehdarstellungen des Holocaust auf die Rezipienten gesichtet (Kap. 4.3).

In Kapitel 5 werden die konzeptionellen Überlegungen aus den bisherigen Kapiteln zum Konzept des eigenen Ansatzes langfristiger Medienwirkungsforschung zusammengeführt und die zentralen Untersuchungskategorien im Zusammenhang dargestellt (Kap. 5.1) sowie detaillierte Forschungsfragen abgeleitet (Kap. 5.2).

Im empirischen Teil des Buches erfolgt die Anwendung des im theoretischen Teil entwickelten Ansatzes auf das Beispiel der langfristigen Wirkung von Holocaust-Darstellungen im bundesrepublikanischen Fernsehen. Kapitel 6 beschreibt das methodische Vorgehen bei der Erhebung und

Auswertung. Es werden die Prinzipien der medienbiographischen Methode (Kap. 6.1), die zur Untersuchung der individuellen Perspektive eingesetzt wird, sowie der Methode offene Gruppendiskussion (Kap. 6.2), die ergänzend zur Untersuchung der kollektiven Perspektive eingesetzt wird, vorgestellt. Kapitel 6.3 erläutert die Vorteile der Kombination der beiden Methoden. Kapitel 6.4 gibt einen Überblick über den zeitlichen Ablauf und den Fokus der drei Untersuchungsteile (erste und zweite Erhebung medienbiographischer Interviews und offene Gruppendiskussionen) der empirischen Studie. Es werden sodann das Sample (Kap. 6.5), die Ausgestaltung der Befragungen hinsichtlich Leitfaden und Stimulusmaterial (Kap. 6.6) sowie Kategoriensystem, Kodierung und Auswertung (Kap. 6.7) erläutert.

In Kapitel 7 werden die Ergebnisse für die drei Untersuchungsteile anhand der zentralen Untersuchungskategorien vorgestellt. Zu jeder Untersuchungskategorie werden die Ergebnisse der drei Untersuchungsteile nacheinander dargestellt und zueinander in Beziehung gesetzt. In Kapitel 7.1 werden die Ergebnisse zu der Stellung des Fernsehens in den individuellen bzw. gruppenspezifischen Holocaust-bezogenen Repertoires vorgestellt. In Kapitel 7.2 werden die Ergebnisse zu den individuellen mentalen Repräsentationen sowie den kollektiven Repräsentationen vom Holocaust dargelegt. Nur für die individuelle Perspektive werden in Kapitel 7.3 die in 7.1 gebildeten Typen Holocaust-bezogener Repertoires anhand des Lebensverlaufs eines typischen Vertreters charakterisiert. In Kapitel 7.4 geht es um die subjektiven Wirkungen des Fernsehens, die anhand mehrerer Auswertungsschritte berichtet werden. Die zentralen Ergebnisse werden in Kapitel 7.5 diskutiert und zum Forschungsstand in Beziehung gesetzt.

Das Buch schließt mit Kapitel 8. In Kapitel 8.1 wird die Arbeit zusammenfassend dargestellt und es wird ein Fazit zu der gegenstandsbezogenen sowie der konzeptionell-methodologischen Leitfrage gezogen. Das methodische Vorgehen bei der Erhebung und Auswertung der Daten wird reflektiert (Kap. 8.2). Sodann wird ein Transfer zur Vermittlung von Erinnerung über das Fernsehen hergestellt (Kap. 8.3). Abschließend wird ein Ausblick auf an die Arbeit anschließende, weiterführende Forschungsfragen und -themen gegeben (Kap. 8.4).

2 Langfristige Medienwirkungen

Im folgenden Kapitel werden die ersten Schritte hin zu einem eigenen, alternativen Ansatz langfristiger Medienwirkungsforschung getan. Dafür werden bestehende Ansätze zur Erfassung von langfristigen Medienwirkungen bzw. zum Verhältnis von Medium und Rezipient im Wirkungsbzw. Aneignungsprozess auf ihren Ertrag für den eigenen Ansatz betrachtet. Zu Beginn wird der Begriff der langfristigen Medienwirkungen für das vorliegende Buch definiert (Kap. 2.1). Es werden in Kapitel 2.2 sodann zwei einschlägige Ansätze zur Untersuchung langfristiger Medienwirkungen aus dem Mainstream der „klassischen“ Medienwirkungsforschung betrachtet. Erstens die Kultivierungsforschung, zweitens die Forschung zu den Bedingungen für dauerhafte Einstellungsänderung individueller Rezipienten durch Medienbotschaften, auch Persuasionsforschung genannt. Es gibt noch weitere Medienwirkungstheorien, in denen der Faktor Zeit eine Rolle spielt wie beispielsweise die Diffusionsforschung oder die Schweigespirale (vgl. McQuail, 2000). Bei diesen Theorien stehen jedoch Fragen im Mittelpunkt, die nicht das vorliegende Forschungsinteresse treffen. Sie werden im Folgenden nicht näher betrachtet.

Im Hinblick auf das eigene Interesse an der Rezipientenperspektive stehen im Kapitel 2.3 zur klassischen Medienwirkungsforschung alternative Forschungsansätze im Blickpunkt. Zunächst die Mediensozialisationsforschung. Diese betrachtet eher indirekt die Konsequenzen der Medienexposition und bezieht die Rezipienten in ihrer Lebenswelt stärker mit ein. Sodann werden mit dem Dynamisch-Transaktionalen Ansatz sowie der Medienaneignungsforschung zwei Denkmodelle vorgestellt, die alternative Konzeptionen für den Wirkungsprozess bzw. das Verhältnis von Medium und Rezipient entwerfen. Wie diese verschiedenen Impulse für den eigenen Ansatz fruchtbar gemacht werden können, wird am Ende in einem Zwischenfazit abgeleitet.

2.1 Begriffsklärung: langfristige Medienwirkungen

Aktuelle Definitionen von Medienwirkungen schließen eine Vielzahl von kurz- und langfristigen Wirkungsphänomenen ein (z.B. Bonfadelli & Friemel, 2015; Potter, 2012; Schweiger & Fahr, 2013). Als Ausgangspunkt für

die folgende Auseinandersetzung mit langfristigen Medienwirkungen dient die breite Definition von Potter (2012):

Media influenced effects are those things that occur as a result – either in part or in whole – from media influence. They can occur immediately during exposure to a media message, or they can take a long time to occur after any particular exposure. They can last for a few seconds or an entire lifetime. They can be positive as well as negative. They can show up clearly as changes but they can also reinforce existing patterns, in which case the effect appears as no change. They can occur whether the media have an intention for them to occur or not. They can affect individual people or all people in the form of the public. They can also affect institutions and society. They can act directly on a target (a person, the public, an institution, or society) or they can act indirectly. And finally, they can be easily observable or they can be latent and therefore much more difficult to observe. (S. 38)

Ausgehend von dieser Definition kann der Begriff der langfristigen Medienwirkungen spezifiziert und genauer definiert werden. Medienwirkungen werden anschließend an Potter als Phänomene verstanden, die ganz oder teilweise als Konsequenzen von Medienexposition angesehen werden können. Für die eigene Untersuchung werden unter langfristigen Medienwirkungen jene Wirkungen verstanden, die über den kurzfristigen Zeitraum der wenigen Sekunden nach der Exposition hinausgehen, Wirkungen, die potenziell über den Zeitraum des gesamten Lebens andauern können. Langfristige Wirkungen können dabei sowohl dauerhafte Konsequenzen einer einmaligen Medienexposition sein als auch durch kumulierte Exposition entstehen. Wie in Kapitel 1 dargelegt, geht es in der empirischen Untersuchung sowohl um Wirkungen auf das Individuum als auch um Wirkungen auf der Makro-Ebene der Gesellschaft bzw. gesellschaftlicher Gruppen, wenn die Bedeutung des Fernsehens für das kollektive Gedächtnis betrachtet wird (s. Kap. 3.2).

Betrachtet man vor dem Hintergrund der obenstehenden breiten Definition die aktuelle Medienwirkungsforschung, insbesondere in Deutschland und den USA, fällt auf, dass nur ein Teil der von Potter aufgezeigten möglichen Medienwirkungsphänomene untersucht wird. In zeitlicher Hinsicht dominiert die Untersuchung von kurzfristigen Medienwirkungsphänomenen (Potter, 2012). Dies kann nicht zuletzt auf die dem Mainstream der Medienwirkungsforschung zugrunde liegende Kausallogik zurückgeführt werden (s. Kap. 1). Es gibt in der Medienwirkungsforschung wenige Ansätze, welche sich dauerhaften bzw. über längere Zeiträume entstehenden Wirkungen widmen (s.o.). Im Folgenden sollen von diesen nun die Kultivierungsforschung sowie die Persuasionsforschung genauer betrachtet werden.

2.2 *Klassische Medienwirkungsforschung*

2.2.1 Kultivierungsforschung

Die Kultivierungsforschung befasst sich in der ursprünglichen Konzeption des Soziologen George Gerbner mit langfristigen Fernsehwirkungen. Gerbners These ist, dass das Fernsehen langfristig die Realitätsvorstellungen und Meinungen in der Gesellschaft beeinflusst (Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1994). Kultivierung durch das Fernsehen erfolgt laut Gerbner, da das Fernsehen als weit verbreitetes und immer verfügbares Medium Personen aller Altersklassen und sozialer Schichten gleichermaßen erreicht und viel genutzt wird. Es sendet gleichförmige Botschaften aus („Storytelling System“, Morgan & Shanahan, 2010, S. 350) und ist realitätsnah. Gerbner argumentiert bereits in einer seiner frühen Publikationen, dass sich Vielseher zwar in einigen Punkten von Wenigsehern unterscheiden. Dennoch sei das Fernsehen nicht nur Teil eines „komplexen Syndroms“ (Gerbner & Gross, 1976, S. 181) von Eigenschaften der Vielseher, sondern leiste über Klassen, Bildungsstand und weitere Einflussfaktoren hinweg einen eigenständigen Beitrag zur Beeinflussung von Realitätsvorstellungen (ebd.).

Das methodische Vorgehen im Forschungsprogramm Gerbners und seiner Kollegen bzw. Nachfolger verbindet Inhaltsanalysen des Fernsehprogramms mit Querschnittsbefragungen der Rezipienten. Es werden die Einschätzungen und Einstellungen der Befragten mit der sozialen Realität (z.B. offiziellen Statistiken) und der Fernsehrealität verglichen. Vielseher geben eher Antworten, die der Fernsehrealität entsprechen (Gerbner & Gross, 1976). Die Kultivierungsforschung wird seit den ersten Veröffentlichungen kritisch diskutiert, was das methodische Vorgehen und die theoretische Grundlegung angeht (z.B. Gerbner, Gross, Morgan & Signorielli, 1981; Hirsch, 1980, 1981; eine Übersicht findet sich bei Shanahan & Morgan, 1999). Besonders kritisch ist die Annahme kausaler Wirkungsbeziehungen auf Basis von Korrelationen in Querschnittstudien (Schenk, 2007). Trotz der Kritik werden seit den 1970er Jahren zahlreiche Kultivierungsstudien durchgeführt, es ist eine der meistzitierten Medienwirkungstheorien (Potter & Riddle, 2007). Eine Meta-Analyse von Kultivierungsstudien findet einen kleinen Kultivierungseffekt bei Kontrolle von Drittvariablen wie Alter oder Bildungsniveau (Shanahan & Morgan, 1999).

In den neueren Arbeiten zur Kultivierung gibt es zwei Forschungstrends, die hier von Interesse sind. Erstens werden genrespezifische Kultivierungseffekte untersucht. Dem liegt die Überlegung zugrunde, dass es

unterschiedliche Effekte in Abhängigkeit der Realitätsnähe verschiedener Genres gibt, sowie eine heutzutage im Vergleich mit den 1970er Jahren weiter ausdifferenzierte Fernsehlandschaft. Für bestimmte Genres finden sich zum Teil stärkere Effekte als bei Betrachtung der gesamten Fernsehnutzung (z.B. Grabe & Drew, 2007; Rossmann, 2002; Segrin & Nabi, 2002). Zweitens suchen Forscher seit etwa den 1990er Jahren sozial- und kognitionspsychologische Erklärungen dafür, wie es zu der Beeinflussung der Vielseher durch das Fernsehen kommt (Potter, 1991; Rossmann, 2008; Shrum, 1995, 1997, 2002, 2004). Dies erfolgt mittels Experimenten auf der Mikro-Ebene des Individuums. Für Kultivierungseffekte erster Ordnung, also die Wahrscheinlichkeitsschätzungen, werden Heuristiken der Informationsverarbeitung verantwortlich gemacht, speziell die Verfügbarkeitsheuristik (Shrum, 2004, 2009; zu Heuristiken Fiske & Taylor, 1991). Dazu kommt der Einfluss der Quellenamnesie, d.h. es wird vergessen, dass die zur Wahrscheinlichkeitsschätzung abgerufenen Informationen aus dem Fernsehen stammen (Mares, 1996; Shrum, 1997). Für Kultivierungseffekte zweiter Ordnung, also die Wirkungen auf Einstellungen und Werte, wird angenommen, dass die Einstellungsbildung bei Vielsehern bereits während der vielen Fernsehnutzung beeinflusst wird und zum Zeitpunkt der Befragung als Ergebnis eines Online-Prozesses abgerufen wird (Rossmann, 2008).

Es zeigt sich also, wie die Informationsverarbeitung zur Kultivierung von Realitätsvorstellungen beiträgt. Die Forschung zu den psychologischen Ursachen des Kultivierungseffekts bewegt die Kultivierungsforschung jedoch unweigerlich von der ursprünglichen Frage nach *langfristigen, gesellschaftlichen* Wirkungen weg. Die standardisierten Befragungen und Experimente geben zudem keinen Aufschluss über die Bedeutung oder Interpretation von Inhalten für die Rezipienten; es wird davon ausgegangen, dass die Fernsehbotschaften auf die gesamte Gruppe der Vielseher gleich wirken (s.o.). Wenn Gerbner selber auch thematisiert, dass das Fernsehen nur *ein* Wirkfaktor ist, werden in der Kultivierungsforschung moderierende Kontextfaktoren außer im statistischen Ausschlussverfahren wenig beachtet. Darüber hinaus ist fraglich, welche Zukunft die Kultivierungsforschung mit dem alleinigen Fokus auf das Fernsehen vor dem Hintergrund der aktuellen, von Konvergenz geprägten Medienlandschaft hat (vgl. aber ein Plädoyer für die Zukunft der Kultivierungsforschung von Morgan & Shanahan, 2010).

2.2.2 Persuasionsforschung

In zahlreichen Medienwirkungsstudien werden Veränderungen in Einstellungen der Rezipienten durch Medienangebote untersucht (Bonfadelli, 2004; Sommer, 2014; Wirth & Kühne, 2013), darunter auch Studien zur Wirkung von Fernsehdarstellungen von Holocaust und Nationalsozialismus (s. Kap. 4.3). Als Meta-Begriff für Einstellungsbeeinflussung durch Medieninhalte wird der Begriff der Persuasionsforschung verwendet (Wirth & Kühne, 2013). Zur Erklärung der Einstellungsbeeinflussung haben sich Zwei-Prozess-Modelle durchgesetzt (ebd.), vor allem das Elaboration Likelihood-Modell (ELM, Petty & Cacioppo, 1986; Petty, Pinol & Priester, 2009) sowie das Heuristic Systematic-Modell (HSM, Chaiken, 1999). Diese Modelle spezifizieren die Bedingungen, unter denen kurzfristige vs. stabile Einstellungsänderung erfolgt.

Die empirischen Persuasionsstudien sind allerdings überwiegend kurzfristig angelegt. Es werden üblicherweise mittels Laborexperimenten oder Querschnittsbefragungen kurzfristige Einstellungsänderungen untersucht und die Faktoren, die die Einstellungsänderungen beeinflussen, herausgearbeitet, beispielsweise Persönlichkeitsmerkmale oder formale Merkmale der Botschaft (Perloff, 2010; Wirth & Kühne, 2013). Empirische Studien zur dauerhafteren Einstellungsänderung werden in einem Review von Hill und Kollegen betrachtet. Das Einschlusskriterium für das Review war das Vorliegen von mindestens einer zweiten, zeitversetzten Messung. Hill und Kollegen (2013) stellen fest, dass die meisten Einstellungsänderungen nicht dauerhaft bis zur zweiten Messung bestehen. In Laborstudien können zwar, wenn Teilnehmer zur aufmerksamen Verarbeitung der Stimuli angeregt werden, dauerhafte Effekte gezeigt werden, in Feldstudien, also unter alltagsnahen Bedingungen, aber kaum. Auch liefert die Forschung keine Hinweise darauf, über welchen Zeitraum nach der zweiten Messung Einstellungsänderungen bestehen bleiben oder wie der Prozess ihres Rückgangs aussieht (ebd.).

Speziell mit langfristigen Einstellungsänderungen befasst sich zudem die Forschung zum Sleeper-Effekt. Der Effekt beschreibt das kontra-intuitive Phänomen, dass eine Botschaft von einer abgewerteten Quelle zunächst wenig Wirkung hat, und es erst nach einer Zeitverzögerung zu Einstellungsänderungen kommt (Capon & Hulbert, 1973; Hovland, Janis & Kelley, 1961). Typischerweise wird der Sleeper-Effekt in Experimenten mit zwei Messzeitpunkten untersucht, die zweite Messung findet nach wenigen Wochen statt (Kumkale & Albarracin, 2004; Küster-Rohde, 2010). Als Ursachen für dieses Wirkungsphänomen werden verschiedene Ge-

dächtnismechanismen angeführt: das Vergessen der unglaubwürdigen Quelle über die Zeit, das Vergessen des Attributs „unglaubwürdig“ und/oder unterschiedliche „Halbwertszeiten“ für das Vergessen der Botschaft und der Quelle (Kumkale & Albarracin, 2004; Priester, Wegener, Petty & Fabrigar, 1999). Allerdings ist es in Langzeitexperimenten und Feldexperimenten schwierig, den bei einer zweiten Messung erhaltenen Effekt eindeutig auf die anfängliche experimentelle Manipulation der Glaubwürdigkeit zurückzuführen (Capon & Hulbert, 1973). Nicht alle Studien können einen solchen Effekt nachweisen (Gillig & Greenwald, 1974). Gut belegt ist nur ein relativer Effekt, also ein Anstieg der Einstellungsänderung bei der Gruppe, welche im Experiment eine abgewertete Botschaft präsentiert bekam, im Vergleich zur zweiten Experimentalgruppe mit der glaubwürdigen Botschaft, nicht aber im Vergleich mit einer Kontrollgruppe (Kumkale & Albarracin, 2004; Pratkanis, Greenwald, Leippe & Baumgardner, 1988). Alles in allem ist der Sleeper-Effekt von geringer Effektstärke und zeigt sich nur unter ganz spezifischen Bedingungen.

Es gibt aus der Persuasionsforschung also kaum empirische Ergebnisse dazu, wie Medien dauerhaft Einstellungen beeinflussen. Die Bedingungen für langfristige Einstellungsänderungen sind in der Persuasionsforschung vorwiegend theoretisch modelliert, empirisch werden selten langfristige Effekte untersucht bzw. nachgewiesen. Es ist fraglich, inwieweit die perfekte Manipulation der Randbedingungen, wie sie in einem Laborexperiment möglich ist, um beispielsweise einen Sleeper Effekt zu produzieren, auf die alltägliche Mediennutzung übertragbar ist. Bei den extern validen Feldexperimenten wiederum besteht die Problematik darin, die Kontrolle über Störfaktoren zu behalten.

2.3 *Alternative Forschungsansätze*

Im Hinblick auf die oben festgestellten Defizite der „klassischen“ Medienwirkungsforschung bei der Beantwortung der Frage nach langfristigen Medienwirkungen werden im folgenden Abschnitt alternative Konzeptionen des Verhältnisses von Mensch und Medium betrachtet. Erstens die Mediensozialisationsforschung, zweitens der Dynamisch-Transaktionale Ansatz, sowie drittens das Konzept der Medienaneignung (statt Medienwirkung) aus den Cultural Studies.