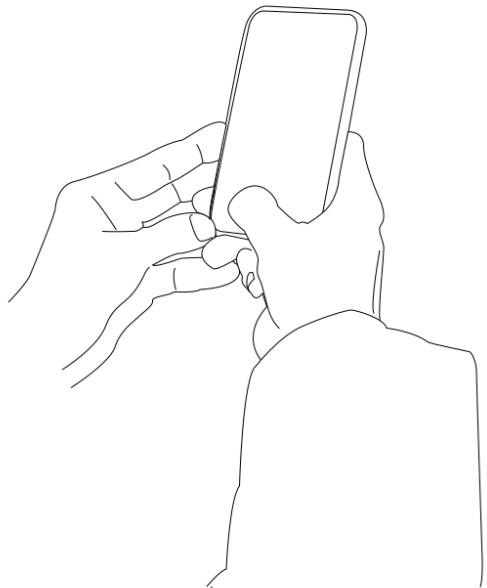
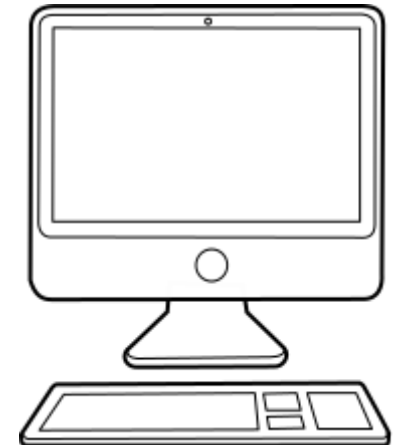
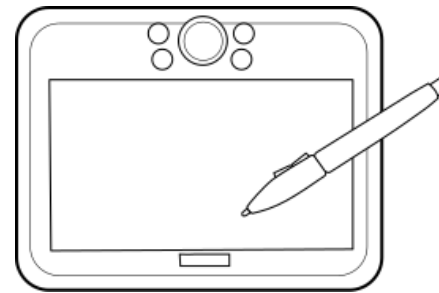




# Auf dem Smartphone oder am PC zuhause - WIE WIRKEN UNTERSCHIEDLICHE ENDGERÄTE AUF DIE REZEPTION VON GEZEIGTEN EMOTIONEN IN VIDEO-CLIPS?



Lena Masch, MSc/MA, Universität Trier



# Hintergrund: Studie

- DFG-Projekt: Die Bedeutung von emotionalen Botschaften für die politische Urteilsbildung
- visuelle Medieninhaltsanalyse von Nachrichtensendungen und politischen Talkshows
- Analyseeinheit: Videosequenzen, in denen ein oder mehrere deutsche Politiker erkennbar sind
  - Europäische/ föderale/ Bundesebene
  - Exekutivämter, Legislative, Parteiführung

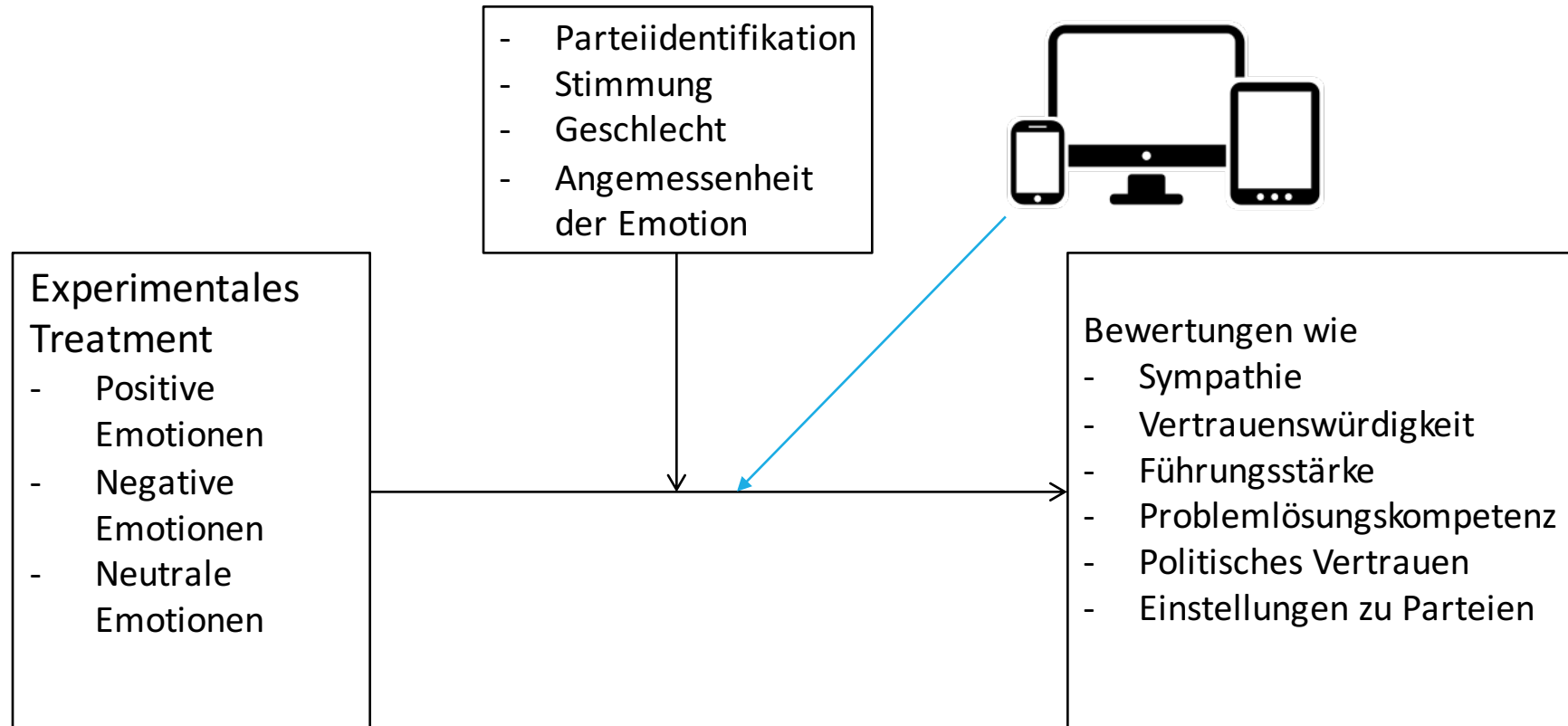
<b>Mai 2013 bis Mai 2014</b> ✓N (Nachrichten) =70 ✓N (Analyseeinheit) = 954 ✓N (Beobachtungen) = 1.245	<b>Nachrichten</b> ✓“Tagesschau“ ✓“ZDF heute“ ✓“RTL aktuell“ ✓“Sat.1 Nachrichten“ ✓“ProSieben Newstime“
--	--

# Hintergrund: Studie

---

- DFG-Projekt: Die Bedeutung von emotionalen Botschaften für die politische Urteilsbildung
- Survey Experiment
- Durchgeführt in Deutschland (Mitte März bis Mai 2015)
- Pre-test-Post-test Design (drei Wellen)
- Experimentale Gruppen
  - Positive Emotionen
  - Negative Emotionen
  - Zwei Kontrollgruppen (mit und ohne Video-Treatment (neutrale Emotionen))
- 2 Experimente
  - Spezifische Politiker: Angela Merkel, Gregor Gysi und Sigmar Gabriel
  - „Gruppe“ der Politiker: verschiedene Politiker (parteiübergreifend)

# Experiment: Hypothesen



# Experiment

---

- Repräsentativ für deutsche Internetnutzer (18-68 Jahre)
- Quotierung anhand von Alter und Geschlecht

Group	Pretest		Posttest	
	N	Response Rate	N	Response Rate
No Stimuli	429	36.8%	392	91.4%
Negative	429	36.8%	359	83.7%
Positive	429	36.8%	346	80.7%
Neutral	429	36.8%	354	82.5%

# Experiment

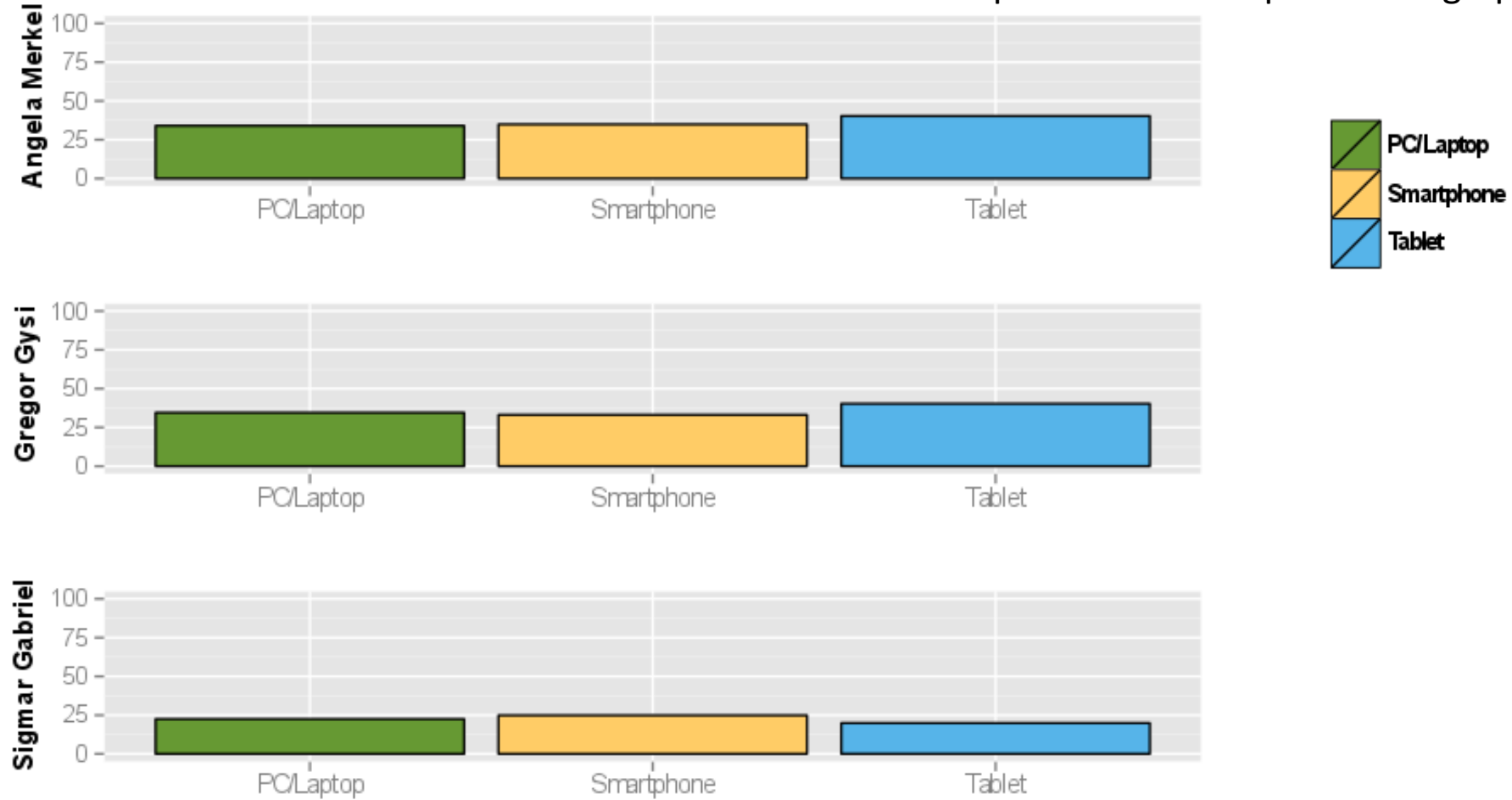
---

- Prozentanteile und Rücklaufquote entsprechend der Endgeräte

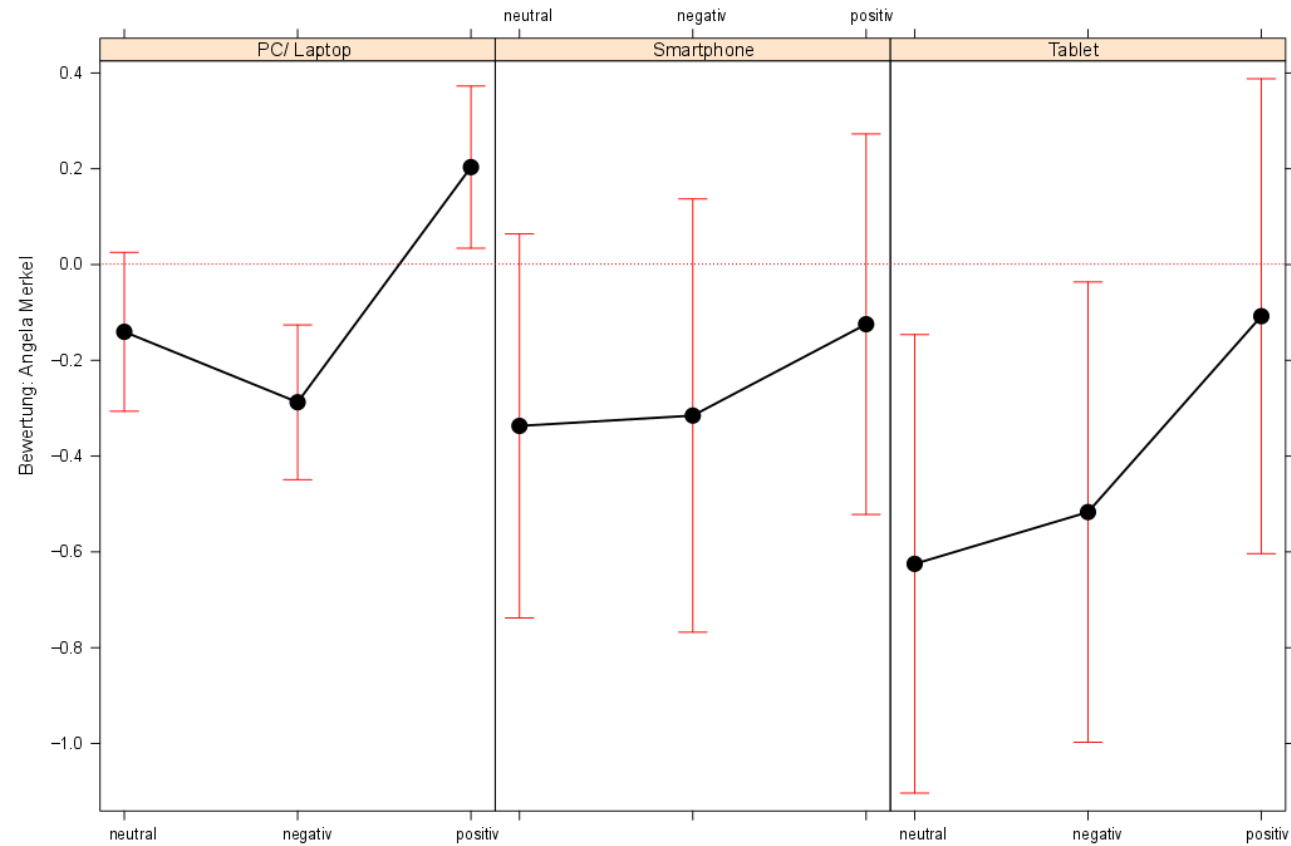
	<b>Rücklaufquote (Welle 2)</b>	<b>Anteil (%) Welle 1</b>	<b>Anteil (%) Welle 2</b>
PC/Laptop	84.84	77.32	78.22
Smartphone	79.67	13.94	12.97
Tablet	83.11	8.73	8.81

# Wahrnehmung

Anteil erkannter Emotionen für verschiedene Akteure entsprechend der Experimentalgruppen

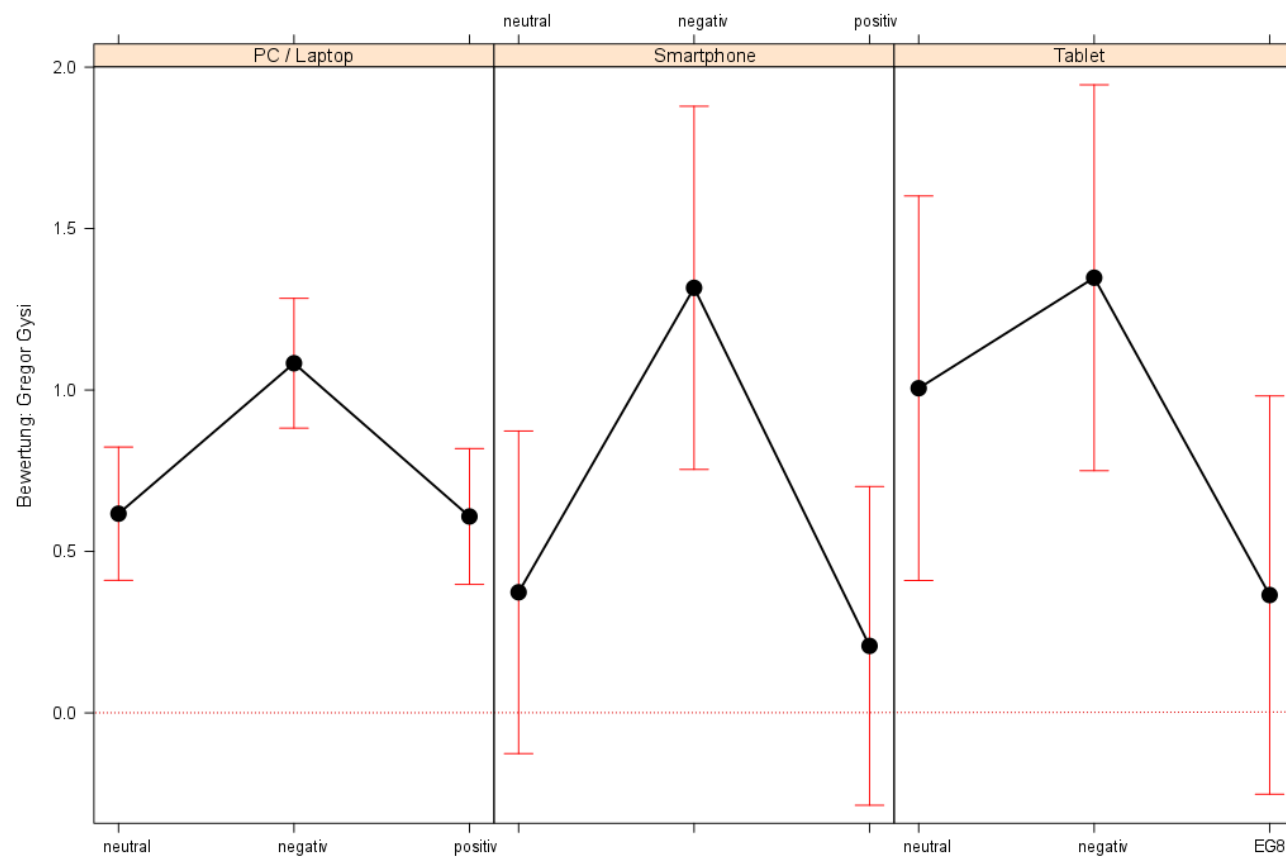


# Wirkung





# Wirkung



# Schlussfolgerung

---

- Die geringen Unterschiede der wahrgenommenen Emotionen zwischen den Endgeräten sind nicht statistisch signifikant
- Es gibt keine signifikanten Unterschiede in der Wirkung der Emotionen
- Die Datenqualität ist nicht durch die Verwendung der Endgeräte beeinflusst