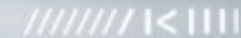




## DER BEITRAG DER MEDIENPSYCHOLOGIE - MEDIEN UND IHRE WIRKUNG IM KONTEXT DER INTEGRATION

CHRISTINA LINDNER ZKM | INSTITUT FÜR MEDIEN UND WIRTSCHAFT



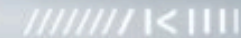
### Inhalte des Vortrags:

- **Aufzeigen der potentiellen Möglichkeiten der Wirkungen des Fernsehens auf Prozesse der Integration**
- **Relevante Forschungsergebnisse/ Theorien der Medienwirkungsforschung**
- **Ausblick/Perspektiven/Potenziale**



## DER BEITRAG DER MEDIENPSYCHOLOGIE - MEDIEN UND IHRE WIRKUNG IM KONTEXT DER INTEGRATION

CHRISTINA LINDNER ZKM | INSTITUT FÜR MEDIEN UND WIRTSCHAFT



### *Zusammenhänge zwischen medialer Darstellung und realer Einstellung*

Laut Schenk (1987) bewirken Medien u.a.:

- die Veränderung oder Verstärkung von Einstellungen
- die Vermittlung von Kulturerfahrung
- Ermöglichen stellvertretende Erfahrung

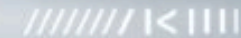
Die Vermittlung von dieser Form von Kenntnissen und Informationen geschieht kulturegeschichtlich vermittelt  
narrativer Techniken, derer sich auch das Fernsehen bedient:

- alle medialen Inhalte zeichnen sich durch eine narrative Struktur aus
- Neben Einzelinformationen und Fakten werden immer auch Bedeutungszusammenhänge, Deutungen und Erklärungen geliefert
- Narrative Alltagskommunikation dient insb. dem Erlangen von Verhaltenssicherheit
- Narrativität sichert die kollektive affektive und geistige Bezugnahme und stellt somit die Möglichkeit zur inhaltlichen Synchronisation her



## DER BEITRAG DER MEDIENPSYCHOLOGIE - MEDIEN UND IHRE WIRKUNG IM KONTEXT DER INTEGRATION

CHRISTINA LINDNER ZKM | INSTITUT FÜR MEDIEN UND WIRTSCHAFT



*Konsequenzen aus dem dynamisch-transaktionalen Ansatz (Früh, Schönbach, 1992) und dem Nutzenansatz (Rencksdorf, 1992)*

- Medieninhalte werden per Interpretation aktiv Bedeutung zugesprochen (Mediennutzung unterscheidet sich nicht von anderem sozialen Handeln)
- Es gibt keine „intendierte Wirkung“
- Sender und Empfänger passen sich dynamisch einander an (z.B. Angebot-Nachfrage)
- Medieninhalte werden gemäß eigener Präferenzen, Wünsche, Meinungen konsumiert

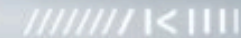
*Konsequenzen aus der Agenda-Setting-Theorie (z.B. Ehlers, 1992) und der Knowledge-Gap-Hypothese*

- Massenmedien sind primär in der Lage, Persuasion in Bezug auf die Gewichtigkeit eines Themas zu bewirken
- Bestimmten sozialen Schichten ist ein bestimmtes Rezeptionsverhalten eigen – Rezipienten müssen innerhalb der ihnen typischen Rezeptionskanäle „abgeholt“ werden (Stichwort „Unterschichtenfernsehen“)
- Unmittelbarer Zusammenhang zwischen Häufigkeit der Darstellung und individueller Gewichtung des Dargestellten auf Seiten der Rezipienten



## DER BEITRAG DER MEDIENPSYCHOLOGIE - MEDIEN UND IHRE WIRKUNG IM KONTEXT DER INTEGRATION

CHRISTINA LINDNER ZKM | INSTITUT FÜR MEDIEN UND WIRTSCHAFT



### *Für Prozesse der Integration nutzbare Funktionen/Mechanismen des Medienkonsums*

- Orientierungsfunktionen und Identitätsfindung (Problem der Ähnlichkeit) (Mikos, 1995)
- (Selbst-)Erfahrung durch Identifikation
- Sozialer Nutzen für Alltagskommunikation
- Erweiterung der Vorstellungswelt über den begrenzten Bereich eigener sozialer Verhältnisse
- Parasoziale Interaktion
- Virtuelles Problemhandeln (Handlungen probeweise und sanktionsfrei durchleben) (Mikos, 1995)
- Überprüfung der Tragfähigkeit eigener sozialer Verhältnisse auf die Qualität der Verhältnisse bzw. deren Funktionalität

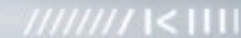
### *Spezielle Vorteile die des Fernsehkonsums:*

- keine relevanten Medienbrüche
- keine Zugangsbarrieren (weniger sprachliche Barrieren als z.B. bei Printmedien)
- vermittelt werden weniger deklarative Einzelinformationen, als vielmehr sozial-prozedurale Kenntnisse



## DER BEITRAG DER MEDIENPSYCHOLOGIE - MEDIEN UND IHRE WIRKUNG IM KONTEXT DER INTEGRATION

CHRISTINA LINDNER ZKM | INSTITUT FÜR MEDIEN UND WIRTSCHAFT



*Ausgehend von den Möglichkeiten des Fernsehens und den Wirkungsmechanismen des Mediums ergeben sich folgende Schlüsse:*

- Fernsehen weist eine hohe Akzeptanz bezüglich der Stiftung kollektiver Inhalte auf und ist als Quasi-Bestandteil in den soziale Alltag integriert
- Das Fernsehen stellt Inhalte zur gesellschaftspolitischen Disposition und zeichnet sich daher durch weitläufige gesellschaftsrelevante Wirkungsressourcen aus
- Das Fernsehen agiert als Fenster des kollektiven Kenntnisreservoirs, in dem Einstellungen und Meinungen (z.B. durch parasoziale Interaktion) verhandelt und durch Replikation im Fernsehen etabliert werden
- Narrative Unterhaltungsformate (z.B. Vorabendserien) eignen sich zur Vermittlung grundlegender Normen und Einstellungsvoraussetzungen besonders gut, da das Erzählen von jeher eine kulturell verankerte Praxis der oralen Kenntnisvermittlung darstellt
- Vorabendserien weisen aufgrund ihrer Alltagseinbettung eine Art Vermittlerrolle mit hoher Realitätsdurchlässigkeit auf und sind narrativ flexibel genug, um aktuelle Ereignisse in den Handlungsverlauf einzufügen