

Adolf, Marian / Mahrt, Merja / Rhomberg, Markus:

Medienwirkung interdisziplinär: Anmerkungen zum dynamisch-transaktionalen Ansatz,

in: Holtz-Bacha, Christina / Reus, Gunter / Becker, Lee B. (Hrsg.):
Wissenschaft mit Wirkung: Beiträge zu Journalismus- und
Medienwirkungsforschung, Wiesbaden, VS Verlag, 2009
S. 15-29

Medienwirkung interdisziplinär: Anmerkungen zum dynamisch-transaktionalen Ansatz

Marian Adolf, Merja Mabrt & Markus Rhombert

1. Einleitung

Wer den Kommunikationswissenschaftler Klaus Schönbach würdigt, der muss als Nachgeborener vor allem den gemeinsam mit Werner Früh geleisteten Beitrag zur Theorieentwicklung durch den Dynamisch-transaktionalen-Ansatz (DTA) würdigen. Wer in deutschsprachigen kommunikationswissenschaftlichen Instituten fachgeschichtlich sozialisiert wurde, dem ist die Geschichte der Wirkungsforschung oftmals als folgender Ablauf nähergebracht worden: Am Anfang war Stimulus-Response, dann kam die Nutzen- und Gratifikationsforschung und schließlich der DTA, der so etwas wie gesunden Menschenverstand in die Kommunikationswissenschaft zurückbrachte. In der Folge wollen wir uns dieser Forschungsperspektive widmen und aus der Sicht dreier junger Kommunikationswissenschaftler diskutieren, welche Relevanz der DTA für das aktuelle Verständnis von Medienwirkung(sforschung) aus unserer Warte aufweist. Ganz im Sinne jenes interdisziplinären Denkens, welches an der Zeppelin Universität, an der sich unsere mit Klaus Schönbachs Wegen gekreuzt haben, immer wieder eingefordert wird, wollen wir in diesem Beitrag aus verschiedenen Fachperspektiven auf den DTA blicken.

Der DTA (Früh & Schönbach, 1982; Schönbach & Früh, 1984) gehört im deutschsprachigen Raum ohne Zweifel zu den kanonischen Modellen und Theorien der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung. Früh und Schönbach selbst haben 2005 in einer Zwischenbilanz gezeigt, in welcher vielfältiger Weise der DTA rezipiert (und auch kritisiert) worden ist, sowohl in Forschungsarbeiten als auch in Lehrbüchern. Sie ziehen insgesamt eine hoffnungsvolle Bilanz. Auch auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe „Rezeptions- und Wirkungsforschung“ 2007 aus Anlass des 25jährigen Jubiläums des ersten DTA-Artikels zeigte sich die Fruchtbarkeit des Modells. Eilders (2008) attestiert dem DTA in der Abschlussbetrachtung des Tagungsbandes gar, dass einige seiner zentralen Postulate zu einer Selbstverständlichkeit in der Medienwirkungsforschung geworden seien.

In diesem Aufsatz geht es in der Folge weniger um eine Darstellung dieses Ansatzes und seiner Genese, sondern vielmehr um eine Verknüpfung und Kontrastierung des DTA mit alternativen Modellen. Wir greifen dazu mit dem En/Decoding-Modell von Hall einen zeitlichen Vorläufer und mit dem Modell von „reinforcing spirals“ von Slater einen Nachfolger des DTA heraus, die obschon stellenweise frappierend ähnlich, doch so gut wie unverknüpft mit den Arbeiten von Früh und Schön-

bach sind. Was sich bei unseren Betrachtungen als zentral herauschälen wird, die Diskussion des Begriffes „Wirkung“, stellen wir in einem letzten Schritt am Beispiel der politischen Kommunikation dar.

2. Stuart Hall und das En/Decoding-Modell medialer Kommunikation

Knapp zehn Jahre bevor Früh und Schönbach erstmalig ihr heuristisches Modell von Medienwirkungsprozessen vorstellten, das S-O-R- und Nutzenperspektive versöhnen sollte, konzipierte das Birminghamer Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) rund um Stuart Hall aus einer gänzlich anderen Tradition kommend den Massenkommunikationsprozess als wesentlichen Bestandteil des gesamtgesellschaftlichen Diskurses. Während der DTA neben seiner Entstehung im Kontext der deutschsprachigen Kommunikationsforschung deutlich von der Rezeption der US-amerikanischen Tradition der *mass communication research* geprägt ist, entstammt die Medienforschung am CCCS einer kritisch-kulturalistischen, neomarxistischen Schule, die auf den literaturwissenschaftlichen und kulturtheoretischen Arbeiten von u.a. Matthew Arnold, F. R. Leavis, Raymond Williams und E. P. Thompson aufbaut. Über ihre zunehmenden Auseinandersetzungen mit den zentralen Kulturgütern und -produzenten der Spätmoderne landeten die Cultural Studies unweigerlich im Feld der Medien. Im Zentrum stand dabei die Frage nach den Auswirkungen der medialen Produktion auf Individuum und Gesellschaft, insbesondere die Rolle der Massenmedien in der Aufrechterhaltung des gesellschaftlichen Status quo.

Das Encoding/Decoding-Modell (E/D-Modell) von Hall war für die kritisch-kulturalistische Kommunikationsforschung angelsächsischer Prägung ebenso wegweisend, wie es der DTA für die deutschsprachige Forschungstradition werden sollte. Auch bei Hall (2000 [1973/1980])¹ entzündet sich die Kritik an angestammten Modellen der Massenkommunikation an deren linearer Konzeption von Sender-Botschaft/Kanal-Empfänger. Demgegenüber führt er ein Modell ein, welches Medienkommunikation als diskursiven Prozess und solcherart als Teil der umfassenderen, gesamtgesellschaftlichen Bedeutungsproduktion konzipiert. Zugleich wird die Massenkommunikation als Prozess der kulturellen Reproduktion bestehender Verhältnisse verstanden und ist solchermaßen auch Gegenstand einer politischen Ökonomie der Medien. Hall konzipiert den Massenkommunikationsprozess als „complex structure in dominance“ (2000, S. 51), also als einen von gesellschaftlichen Machtverhältnissen durchdrungenen Prozess entlang spezifischer Strukturmomente. Diesen Momenten (production, circulation, distribution/consumption, reproduction) entsprechen spezifische Praxen mit verschiedenen Modalitäten, die allesamt den Kommunikationsprozess mitbestimmen. Zugleich wird Kommunikation als stete, diskursive Verbindung („articulation“) aller dieser analytisch getrennten Stationen verstanden,

¹ Das Modell wurde 1973 erstmalig präsentiert, eine erweiterte Publikation erfolgte 1980; die gegenständliche Zitation folgt der gekürzten Fassung aus dem Jahr 2000.

weshalb der Massenkommunikationsprozess von einer „Dualität“ gekennzeichnet ist. Anfangs- bzw. Endpunkt des ursprünglichen Modells, welches ebenso wie der DTA in weiteren Publikationen Spezifizierungen erfahren hat (vgl. Morley, 1980, 1983), sind die Prozesse des En- respektive Decodings.

Massenmediale Kommunikation ist dabei ein Sonderfall gesellschaftlicher Produktion, nämlich „diskursive Produktion“. Diese zunächst materialistische Sicht legt nahe, auf der Seite des Kommunikators das Augenmerk auf die Mittel, die Organisationen sowie die Verhältnisse der Aussageproduktion zu legen. Journalisten und andere professionelle Kommunikatoren operieren in der Produktion konkreter Medienangebote innerhalb und vermittels eines „professionellen Codes“, der wiederum in einen soziokulturellen, gesamtgesellschaftlichen „dominanten Code“ eingebettet liegt. Die Diskursivität des Gesamtprozesses erlaubt es, die mediale Produktion nicht mehr als „determinierendes“ Moment der Bedeutungsgenese konzipieren zu müssen, wie dies in vorgängigen kritisch-materialistischen Zugängen der Fall war. Eine solchermaßen prozessual gedachte Herangehensweise hatte somit den Vorteil, die Komplexität und Multikausalität des Kommunikationsprozesses theoretisch fassbar zu machen, ohne einen grundständig kritischen Anspruch aufzugeben. So entwirft das E/D-Modell einen adäquateren Zugang der kritischen Massenkommunikationsforschung, welche sich nicht mehr auf Konstruktionen wie das „falsche Bewusstsein“ stützen muss, um die Wirkmächtigkeit medialer Kommunikation als gesellschaftliche Wirkgröße zu analysieren. Möglich wird dies durch die Inkorporation semiologischer und hegemonietheoretischer Versatzstücke sowie der von u.a. Foucault inspirierten Diskurstheorie.

2.1. DTA und E/D: Medienwirkung neu gedacht

Ebenso wie der DTA nach der Wirkung von Kommunikation(sangeboten) sucht, stellt auch das E/D-Modell auf eine Analyse der Wirkmächtigkeit kommunikativer Botschaften ab. Beide Ansätze konzipieren ihren Untersuchungsgegenstand nunmehr als prozessual und betreten dabei Neuland. Aufbauend auf der Überlegung, dass im DTA abhängige und unabhängige Variablen ihre „Identität und Bedeutung im Wirkungsprozeß selbst erst erhalten“ und dass sodann „aber die Ursache schon die Wirkung und die Wirkung auch die Ursache sein kann“, regen Früh und Schönbach (1982) an „über einen anderen Begriff von ‚Wirkung‘ nach[zu]denken“ (S. 86). Wenn unter dem Begriff medienbezogener Wirkungen nunmehr weit mehr zu subsumieren ist als schwer zuordenbare Verhaltens- bzw. Einstellungsänderungen, sondern „Wissen“ insgesamt zum Korrelat aus, eben auch in hohem Maße, medialen Kommunikationen wird, dann haben wir es in der Tat mit einem umfassenden und neuen Wirkungsbegriff zu tun. Als soziale Kategorie geht Wissen über den engeren Rahmen der Massenkommunikation hinaus und verweist so auf den – nun nicht mehr suspendierbaren – größeren (im DTA „ökologisch“ genannten) Rahmen der Untersuchung medialer Effekte.

So sind im E/D-Modell Medien und ihre Angebote vor allem deshalb wirkmächtig, weil sie privilegierte kulturelle Instanzen der Bedeutungsgenerierung darstellen. Ihre Stellung ist hier der Konzeption des Agenda-Setting nicht unähnlich, wobei die hegemonietheoretischen als auch die semiotischen Bestandteile dem „*what to think about*“ ein „*how to think about*“ hinzufügen.² Medien wirken, indem sie jene „*cultural categories and frameworks*“ auf wesentliche Art mitprägen „*within which members of the culture will tend to operate*“ (Morley, 1995, S. 300).

Wie der DTA führt auch das E/D-Modell die solcherart gefasste Kategorie Wissen explizit in ihrer grafischen Schematisierung des Kommunikationsprozesses auf (vgl. Hall, 2000, S. 54). Als „*frameworks of knowledge*“ ist Wissen neben dem technischen und dem ökonomischen Aspekt der Aussagenproduktion also der soziokulturelle Aspekt der Kontextbedingungen des Kommunikationsprozesses und findet sich auf Kommunikator- wie Rezipientenseite. Diesem Merkmal entsprechen im DTA das Vorwissen, Interesse oder die kognitiven Kommunikationsvoraussetzungen (vgl. Früh & Schönbach, 1982, S. 82, Schaubild 2) bzw. jenes Wahrnehmungs-, Interpretations- und Praxisgebilde, welches die Autoren als „*subjektives Realitätsmodell*“ (Früh & Schönbach, 1982, S. 81) bezeichnen.

Denkt man also DTA und E/D-Modell an dieser Stelle zusammen, so erwächst daraus ein Wirkungsbegriff, der auf der Suche nach unverwechselbaren Medienwirkungen nicht „*einer exzessiven analytischen Zergliederung komplexer Strukturen in kleinste, isolierte Faktorenkonstellationen*“ anheim fällt (Früh, 1991, S. 60). So lohnt es sich, die Makroperspektive der Medienwirkung stärker in den Blick zu nehmen, denn in ihr treten die Wechselwirkungen der Transaktionsprozesse deutlicher hervor. Die soziale Rahmung und kulturelle Einbettung eines jeweils partikulären Kommunikationsprozesses ist mehr als nur eine Ansammlung von Randbedingungen. Im E/D-Modell übernimmt man deshalb sukzessive semiotische und diskurstheoretische Konzepte aus der französischen Theorie (Barthes, Foucault). Im Falle des DTA ist es Werner Frühs Ergänzung und Explikation systemtheoretischer Perspektiven, die den Transaktionsbegriff endgültig zu einer soziologischen Größe ausbaut (vgl. Früh, 1991, S. 67ff.).

2.2. *Codierung, Wirkung, Macht*

Den Hintergrund des E/D-Modells bildet also die (weitgehende) Reproduktion herrschender sozialer Verhältnisse, welche in weiterer Folge wieder den Kontext nachfolgender Kommunikationsakte bilden. So kann man mit Hall (2004) zwei Ebenen der Bedeutungsgenese analytisch unterscheiden. Da ist erstens jene der „*Erzeugung von Bedeutung im Allgemeinen*“ als „*ununterbrochene[r] Prozess der Bedeutungsproduktion in der kulturellen/politischen Welt, der ständig Bedeutungen hervorbringt und umdeutet*“ (S. 88). Darin eingebettet liegen „*spezifische Signifikationspraktiken inner-*

² Ganz im Sinne der Formulierung von Cohen: „*The press [...] may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about*“ (Cohen, 1963, S. 13).

halb der medialen Institutionen“ in Abgrenzung zu anderen diskursiven Praxen (S. 90). So kommen auch die Medien nicht umhin, jeweils bereits Bestehendes neu zu codieren. Sie sind damit weder Orte der konspirativen Reproduktion der herrschenden Ideologie, noch vermögen sie dominante Deutungsmuster oder Zeichenvorräte auf Dauer zu konterkarieren. Denn alles, worauf gesellschaftlicher Diskurs aufbauen kann, ist bereits (vergangener) Diskurs. Geschichte ist Diskurs, „[w]as die Medien aufgreifen, ist also bereits ein diskursives Universum“ (S. 90). Hall beschreibt sodann ein zyklisches Modell, in dem sich (mediale) Produktion und Konsumtion gegenseitig bedingen und verändern, eben „transagieren“.

Genauso wenig wie die Medien aus diesem Grund „exklusive“ Deutungsmacht über die Dinge ihrer Vermittlung besitzen, sind Rezipienten in der Interpretation solcher Botschaften gänzlich frei. Kommunikationen und Rezeptionen sind selbst lediglich wieder „Momente“ eines kulturellen Bedeutungsflusses, Medien sodann Durchgangsstationen sozialer Praxis. Sehr wohl jedoch üben alle Teilnehmer dieser Kommunikationsprozesse je nach Maßgabe ihrer Möglichkeiten (Informationstand, Reflexionspotential, Motivation, auch Aktivierung) Einfluss auf die graduelle und inkrementelle Veränderung solcher Bedeutungsvorräte und Handlungspraxen aus.

Auf der zweiten, der medialen Ebene der Bedeutungsproduktion betrachtet der DTA nun genau solche „Wirkungs- und Rezeptionsverläufe in ihrer spezifischen Transaktion“ (Früh & Schönbach, 1982, S. 84, H.i.O.). Die Wechselseitigkeit und Dynamik des Verhältnisses der senderseitigen und rezipientenspezifischen Codierungen wird hier eindrücklich zum Ausdruck gebracht: „Die Vorstellung, *ein* Individuum treffe mit *einem* Medienangebot zusammen, ist eine unzulässige Vereinfachung“ (Früh & Schönbach, 1982, S. 84, H.i.O.). Dies sei deshalb falsch, so die Autoren, da weder der Rezipient, noch das Medienangebot in der Transaktion des Aufeinandertreffens dieselben blieben. Über den Zusammenhang Awareness/Sensibilisierung – gesteigerte Kognitionsfähigkeit – Aktivierung wird die Wahrscheinlichkeit der Informationseinwirkung erhöht, ein Zusammenhang der darüber hinaus auch von den damit in Beziehung stehenden „cognitive maps“ berührt wird, trachtet der Rezipient doch danach, neue Informationen in seinen eigenen Bezugsrahmen einzupassen, was durchaus, so Früh und Schönbach (1982), dazu führen kann, dass Informationen zu diesem Zweck „zu-rechtinterpretiert“ werden („elaborative Kodierung“, S. 84). So folgt aus der Darstellung hinsichtlich der Frage der Medienwirkung, dass „Wirkungen [...] aus multiplen, transagierenden Stimulationen und Reaktionen [resultieren], die im Zeitverlauf insbesondere die Wahrscheinlichkeiten verändern, mit denen einzelne Faktoren des Wirkungspotentials der Medien wie des Rezeptionspotentials der Rezipienten zum Zuge kommen.“ So sind denn also „Wirkungsverläufe [...] als Ereignisketten im ‚Wirkungsfeld‘ mit spezifischen Übergangswahrscheinlichkeiten zu beschreiben“ (Früh & Schönbach, 1982, S. 84f.).

Damit Botschaften zu Botschaften werden – darüber sind sich E/D-Modell und DTA erneut einig – müssen sie wieder dekodiert werden, „rückübersetzt“ in die erfahrungs- und milieuspezifischen Bedeutungskontexte der RezipientInnen. Letztlich sind die beiden Positionen hier kongruent: Botschaften werden erst im Rezeptionsprozess

„realisiert“, nur dort können „the meanings signified in the discourse [...] be transported into practice or consciousness (to acquire social use value or political effectivity)“ (Hall, 2000, S. 54). Die Analogie der beiden Ansätze wird hier nicht zuletzt wegen der verwendeten Kodierungssemantik sehr deutlich. Der Umstand, dass Früh und Schönbach den Platz des *En*kodierungsprozesses auf der Seite der Rezipienten verorten, zeigt nur, dass wir es letztlich mit analytischen Konstrukten zur Fixierung relationaler Prozesse zu tun haben: Die eigentliche Bedeutung einer Botschaft ist immer von der Art der Rezeption und der Einbettung der erhaltenen Information in vorhandenes Wissens abhängig. Zugleich bringt die Botschaft die in ihr bereits enthaltene Selektionsentscheidung, die Präsentationsform, die Einbettung in andere Medienbotschaften sowie mehr oder weniger explizite Bewertungen durch professionelle Kommunikatoren bereits mit. Im Lichte der – Anfang der 70er Jahre und basierend auf einer Soziologie der Klasse doch sehr grob gefassten – Publikumstypologie von Hall verweist die Einordnung als Dekodierung auf nichts anderes, als auch im DTA postuliert wird. Die blutige Hausbesetzer-Demo in Berlin wird von den einen als sinnfreie Vandalenveranstaltung, von anderen als Auswuchs entwicklungspsychologisch erklärbarer jugendlicher Zerstörungswut und von wiederum anderen Zuschauern als gerechtfertigter Ausbruch der Ohnmacht gegenüber dem verfilzten Immobilienmarkt *en-* bzw. *de*kodiert. „Kommunikationsstimuli sind in unserem Ansatz nicht fest und damit nicht ohne Rücksicht auf ihre Rezipienten kalkulierbare Größen. Sie bedeuten nicht für alle Rezipienten dasselbe, sondern werden verschieden interpretiert oder im Verlauf des Wirkungsprozesses umgedeutet, ergänzt oder reduziert.“ (Schönbach & Früh, 1984, S. 322) Auch die Frage, wie man eine solche Polysemie medialer Botschaften näher eingrenzen könnte, wird in beiden Modellen ähnlich, nämlich über die soziale Verortung des Rezipienten, zu beantworten versucht: „Das dynamisch-transaktionale Modell legt nahe, nach den Mustern dieser Rekonstruktion ein- und desselben Stimulus' in verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen zu suchen und ihre Herkunft aus physiologischen und Sozialisationsvorgängen zu erklären.“ (Schönbach & Früh, 1984, S. 322)

So bedeutet diese neue, letztlich epistemologische Konzeption der Kontextabhängigkeit von Bedeutungen und ihrer situativen Prominenz („initial cues“) in beiden Ansätzen keinesfalls, dass mediale Stimuli prinzipiell als wenig potent eingestuft werden. Der expliziten Frage nach der Rolle der gesellschaftlichen Macht im Massenkommunikationsprozess wird jedoch im E/D-Modell weit mehr Platz eingeräumt. Denn eine „dominant cultural order“, so Hall (2000, S. 57), konstituiert eine Klassifikation der Bedeutung, und legt somit „bevorzugte“ Interpretation des sozialen, politischen und kulturellen Lebens nahe. „The domains of ‚preferred readings‘ have the whole social order embedded in them as a set of meanings, practices and beliefs: the everyday knowledge of social structures, of ‚how things work for all practical purposes in this culture‘, the rank order of power and interest and the structure of legitimations, limits and sanctions.“ (Hall, 2000, S. 57) Die Kopplung semiotischer und machttheoretischer Überlegungen fügt sich somit neben individuell-psychologischen und linguistisch-sprachtheoretischen Erwägungen in die Untersuchung der Bedeutungsentstehung mit ein. Massenkommunikation wird so zu einem wesentlichen Teilaspekt der

„politics of signification“ (Hall, 2000, S. 61), die ihrerseits eine wesentliche Erweiterung der Theoretisierung von Sozialität, Herrschaft und Kommunikation darstellt.³

3. Dynamische Transaktionen oder selbstverstärkende Spiralen?

Da die Arbeiten von Früh und Schönbach zum DTA bislang nur auf Deutsch erschienen sind, ist das Modell international kaum rezipiert worden. Kurioserweise findet sich mit Slaters (2007) Artikel zu „reinforcing spirals“ dagegen ein Modell, das viele deutschsprachige Leser an den DTA erinnert haben mag. Slater stellt ein Forschungsprogramm vor, „for understanding media selectivity and effects as dynamic, mutually influencing processes“. Und weiter: „This framework is intended to help explain the influence of mediated communication on socialization and, more speculatively, on development and maintenance of political, religious, and lifestyle subcultures in contemporary societies“ (S. 281f.). In mancherlei Hinsicht kommt dieses Modell der „reinforcing spirals“ dem DTA tatsächlich sehr nahe. So geht es Slater um sich gegenseitig in mehreren Phasen beeinflussende Medienangebote und Mediennutzung – ganz so, wie es Früh und Schönbach 1982 anhand von Familie X beschrieben haben. Im Unterschied zu letzteren, die sich explizit von der Vorstellung kybernetischer Regelkreise distanzieren, benutzt Slater diesen Steuerungsmechanismus, um Prozesse der immer intensiveren oder auch an bestimmten Stellen abgebrochenen Mediennutzung zu beschreiben.

Da Slater sich nicht auf den DTA bezieht, ergeben sich auf den ersten Blick einige Unterschiede, deren Tragweite im Folgenden betrachtet werden soll. Grundsätzlich ist Frühs und Schönbachs Anliegen eher induktiv und programmatischer als das Slaters, was sich in ihrem Anspruch ausdrückt, die unterschiedlichen paradigmatischen Perspektiven der kommunikator- bzw. nutzenorientierten Ansätze zu versöhnen. Slaters Vorgehen ist dagegen deduktiv: Er leitet aus bestehenden Forschungsansätzen eine Spiralstruktur von Wirkungsprozessen ab. Eine weitere Triebfeder des DTA ist die theoretische Auflösung des, in vielen Fällen rhetorisch übertrieben heraufbeschworenen (vgl. Brosius & Esser, 1998; Chaffee & Hochheimer, 1983), Gegensatzes von „aktiven“ und „passiven“ Rollen im Prozess der Medienwirkung, die im DTA gleichermaßen und abwechselnd von Medien und Publikum eingenommen werden. Die Arbeit von Früh und Schönbach treibt die Frage nach dem „wahren“ Charakter der Medienwirkung sowie ihrer angemessenen Modellierung um. Dieser metatheoretische Anspruch fehlt dem Modell von Slater, das sich stattdessen anderen Aspekten von Medienauswahl und Medienwirkung zuwendet.

³ So divergiert der Wirkungsbegriff bei Hall letztlich doch von jenem des DTA, nämlich dort, wo sich sein Erkenntnisinteresse auf die Durchsetzung und Plausibilisierung einer interessengeleiteten Vorstellung sozialer Realität – und somit von Macht – richtet. Das ursprüngliche E/D-Modell unterscheidet sich nicht so sehr durch seine Ablehnung der Rede von „effects“ oder durch seine unkritische Annahme eines rezipientenseitigen Interpretationsprimats von den Annahmen des DTA. Jedoch stellt die soziale Macht den entscheidenden Wirkungsparameter dar, der den Beobachtungshorizont von individuellen bzw. gruppenspezifischen Zusammenhängen auf kulturelle Kenngrößen ausweitet.

So unterscheidet Slater im Gegensatz zum DTA zwischen Individual- und Gruppeneffekten von Mediennutzung und geht ausgiebig auf Gruppenbildungsprozesse und die Rolle des Medienangebots ein: Wie kommt sozialer Zusammenhalt über Medien(nutzung) zustande? In den DTA-Aufsätzen ist diese Frage weniger entscheidend, da sie sich eher mit Mainstream-Medien befassen und keine expliziten Annahmen über Nischenprogramme oder -publikationen machen. Es ist aber vorstellbar, dass Menschen sich auch im Modell des DTA mehr und mehr Subkulturen zuwenden. Das von Früh und Schönbach (1982) beschriebene Beispiel einer Kette von dynamischen Transaktionen beginnt ja mit einem zufälligen (oder im Zuge einer habitualisierten Mediennutzung „zuverlässig überraschenden“) Aufeinandertreffen von Medienbotschaft und Aufmerksamkeit eines Publikums. Daran schließen sich weitere Informations- und Verarbeitungszyklen an, die letztlich dazu führen, dass sich Familie X mit einem wichtigen Thema der aktuellen Nachrichtenlage befasst. Dies befördert in gewisser Hinsicht ihre soziale Integration: Familie X ist auf dem Laufenden, was ein wichtiges Ereignis, seine Ursachen und aktuelle Entwicklung angeht. Damit deckt sich ihre Agenda vermutlich eher mit der anderer Mediennutzer, und Mediennutzung trägt somit zur Sozialisierung oder Integration bei. Zudem kann Familie X ihre soziale Einbindung u.U. dadurch festigen, dass sie mitreden kann. Herr X wurde ja durch Gespräche unter Arbeitskollegen erneut auf das Thema Hausbesetzungen aufmerksam. In zukünftigen ähnlichen Situationen mag Herr X sich als gut informierter Diskussionspartner erweisen, soziales Prestige aufbauen und so zu einer besseren oder gefestigteren sozialen Stellung gelangen.

Nimmt man nun an, dass die zufällige Begegnung ein Mitglied von Familie X – nehmen wir Sohn oder Tochter X als Beispiel – mit einer Botschaft eines Nischenmediums zusammenführt, bspw. mit dem youtube-Video einer Underground-Band. Wenn sich auch hier weitere Mediennutzung und Verstärkung über soziale Kontakte (realer oder virtueller Natur) anschließen, kann sich durch die Logik des DTA genau der Prozess in Gang setzen, den Slater als gruppenidentitätsstiftende „reinforcing spirals“ beschreibt. Sohn oder Tochter X schließt sich beispielsweise der Fangemeinde der Band an oder wird später gar Teil einer Subkultur.

Auch wenn es nicht das erklärte Ziel des DTA ist, kann der Ansatz somit letztlich beide von Slaters zentralen Ansprüchen an sein Spiral-Modell erfüllen: den Einfluss von Medien auf Sozialisation sowie auf Entstehung und Entwicklung von Subkulturen zu erklären.

Ein tatsächlicher Unterschied zwischen Slaters Modell und dem DTA betrifft die Spirale oder Kette von Transaktionen selbst bzw. die Regeln, nach denen sich Beginn, Fortentwicklung und Ende derselben beschreiben lassen. Über den Ausgangspunkt der „reinforcing spirals“ macht Slater keine expliziten Annahmen. Bei ihm läuft der Prozess bereits und wird durch weitere „Runden“ innerhalb der selbstverstärkenden Spiralen fortgesetzt bzw. gesteigert. Andererseits macht er an Stellen, an denen Früh und Schönbach (1982; Schönbach & Früh, 1984) exemplarisch bleiben, explizite Annahmen darüber, was die Dynamiken im Laufe des Prozesses moderiert und letztlich die Spirale auch beenden könnte: etwa äußere Einflüsse durch Familie, Peers oder

andere Gruppen sowie innere Reifungs- oder Sättigungsprozesse (Slater, 2007, S. 289ff.). Was Früh und Schönbach (1982, S. 85) ablehnen, dass ihr Modell eben kein „kybernetischer Regelmechanismus [sei], der in wiederholten Feedback-Schritten konsequent auf ein bestimmtes Ziel (z.B. Systemstabilität) zusteuert“, wird bei Slater somit versuchsweise skizziert. Vielleicht ist Slaters Modell damit sogar geeignet, die allzu große Lücke zwischen den Ebenen zu überbrücken, auf denen der DTA bzw. das E/D-Modell Medienwirkungen verhandeln.

Während der DTA hauptsächlich individuenbezogen und kognitions-psychologisch argumentiert, bezieht Slater Befunde und Theorien aus der Sozialpsychologie ein. Was bei Slater seltsam unbeachtet bleibt, betrifft den Beginn einer Kette von Transaktionen bzw. das Einsetzen einer Spirale von Nutzung und Wirkung. Eine Stärke des DTA ist hingegen die Integration der durch die Forschung gut belegten Fähigkeit der Medien, Agenden des Publikums zu beeinflussen. Auch über interpersonale Kontakte können Ketten von Transaktionen in Gang gesetzt werden. Aber gerade Medien kommt immer wieder die Rolle des Initiators zu, der durch neue Themen oder Kampagnen „issues“ kreieren kann. Das setzt natürlich voraus, dass die Wahrnehmungs- oder Selektionsschwelle von potentiellen Rezipienten tatsächlich überschritten wird – die Wahrscheinlichkeit dafür lässt sich aber nach Ergebnissen etwa von Donsbach (1991) durch formale Gestaltung oder Betonung durch Nachrichtenfaktoren zumindest erhöhen. Ob sich dann allerdings weitere Transaktionen (oder Spiralarunden) anschließen, die ein Medienthema erst zum „issue“ auf der Publikumsagenda machen würden, ist von zahlreichen Faktoren abhängig – worin sich Früh und Schönbach mit Slater letztlich einig sind.

Aber die Thematisierung in den Massenmedien bedeutet nicht, dass eine Information oder ein „issue“ direkt Eingang in das Wissens- und Handlungsrepertoire des Einzelnen findet, die Erinnerungsleistungen erweisen sich immer wieder als ziemlich gering. Die Massenmedien dienen zwar sehr wohl durch ihre Funktion der Vermittlung, Sicherung und Archivierung von Informationen als Basis für individuelle Recherchen. Beschäftigt man sich aber nun über den Integrationsgedanken hinausgehend und aufbauend auf der medialen Vermittlung einer gesellschaftlichen Agenda mit dem Potential der Medien (politische) Beteiligungsbereitschaft zu schaffen, sind die Zusammenhänge weniger direkt. Am Beispiel politischer Kommunikation und Partizipation wollen wir den Medienwirkungsbegriff schlussendlich problematisieren und seine Anwendung illustrieren.

4. Mediennutzung und die gesellschaftliche Rolle des Individuums bzw. dessen Bereitschaft zu politischer Partizipation

Streng genommen wird die Nutzung von Massenmedien nicht zu den klassischen Instrumenten der politischen Partizipation gezählt. Zu diesen – konventionellen und unkonventionellen – Beteiligungsformen zählen vielmehr die traditionellen und verfassungsrechtlich garantierten wie zum Beispiel die Beteiligung an Wahlen sowie die

Mitgliedschaft in Parteien, Verbänden und Vereinen als konventionelle Formen einerseits. Unkonventionelle Formen andererseits berufen sich auf verschiedene Grundrechte, etwa das Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit, Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit und besonders die Versammlungs- und Vereinigungsfreiheit. Diese sind „unverfasste Handlungen, unabhängig von ihrem Legalitäts- und Legitimitätsstatus“ (Kaase, 1992, S. 340), wie das Sammeln von Unterschriften sowie die Teilnahme an Demonstrationen, Boykotten – oder auch Hausbesetzungen wie im DTA-Beispiel.

Betrachtet man nun aber die Standard- oder Lehrdefinition von politischer Partizipation als freiwillige Handlungen der Bürger mit dem Ziel, politische Sach- und Personalentscheidungen auf verschiedenen Ebenen des politischen Systems zu beeinflussen oder unmittelbar an derartigen Entscheidungen mitzuwirken (vgl. Nohlen & Schultze, 1985, S. 682), kann man darunter ebenso die mediale Information des Einzelnen über politische Vorgänge einordnen. Zumindest kann man diese aber als eine Bedingung politischer Partizipation definieren, denn die Medien liefern einen Großteil jener Informationen über die Politik, die der Einzelne für die politische Beteiligung benötigt. Sie sind, so erklären es Klingemann und Voltmer (1989), „für die Bürger die wichtigste Informationsquelle“ und „erlauben den Brückenschlag von der Welt der Politik zur Welt des Privaten“ (S. 222; aber auch Schmitt-Beck & Pfetsch, 1994; Luhmann, 1996). Die Medien, so Klingemann und Voltmer weiter, bieten damit „eine grundlegende Voraussetzung für eine informierte politische Beteiligung“ (S. 222). Abstrakt beschrieben sind die Massenmedien zentrale Instanzen der Gesellschafts- und Realitätsbeschreibung.

Wie aber interagiert nun diese erste Stufe der politischen Medieninformation mit den weiteren Formen der Partizipation? Interesse an Politik, die Information über politisches Geschehen, Lernen und das Wissen über politische Prozesse sind u. E. die Bindeglieder zwischen Medieninhalten und politischen Aktionen. Überträgt man nun die Überlegungen des DTA auf den politischen Bereich, so lässt sich erkennen, dass die Grundidee von Früh und Schönbach zunächst die Verknüpfung von Aktivierung durch rezipientenpassive Information (wir vernachlässigen hierbei rein kognitive Aktivität) und den daraus potentiell folgenden Schritten durch das Individuum ist. Diese Folgestufen sind wiederum abhängig vom Themeninteresse des Rezipienten, seinen regulären Themenvorlieben, sozialen Prädispositionen, dem Vertrauen, das er dem konsumierten Medium schenkt und nicht zuletzt seinem Vorwissen. Medien verbreiten in diesem Sinne zunächst Basisinformationen („Informationsteaser“), die der Rezipient passiv konsumiert oder bereits aktiv sucht.

Selbst ein aktiver Mediennutzer konnte und kann aber nur aus dem auswählen, was ihm die Medien zur Verfügung stellen. In der ersten Publikation zum DTA beschreiben Früh und Schönbach (1982) das vor der Erweiterung um das private Fernsehen vergleichsweise begrenzte Angebot an medialer Information für den Einzelnen. In der Zwischenzeit hat sich dieses mediale Angebot erheblich erweitert, in allen Bereichen der traditionellen Displayangebote des Fernsehen, des Radios, der Zeitungen und Zeitschriften aber auch und gerade durch die damals unbekanntenen Möglichkeiten

des Researchmediums Internet mitsamt seinen Ausformungen des Web, Email, Blog, sozialen Netzwerken etc. Schönbach (2005) geht auf diese Entwicklung in seinem Essay „Das Eigene im Fremden“ ein, aber mit dem wichtigen Hinweis, dass das wachsende mediale Angebot von den Rezipienten bei weitem nicht genutzt werde: Alleine im Fernsehsektor habe sich die Zahl der Sender in den vergangenen Jahren zwar mehr als verdoppelt, im Zeitraum von 1994 bis 2005 von 23 auf 48 Sender. Dennoch hielten immer noch fünf Sender rund 80 Prozent der Anteile auf dem deutschen Fernsehmarkt (vgl. SevenOneMedia, 2006). Die rasante Fragmentierung des Angebots spiegele sich also (noch) nicht in der Individualisierung der Mediennutzung wider.

In dieser ersten Phase der Nutzungs-Wirkungsdynamik stellt sich aus politischer Perspektive die Frage, nach welchen Kriterien Rezipienten auswählen, welchen Medienangeboten sie sich zuwenden und welchen nicht. Diese Frage beantworteten Früh und Schönbach (1982) folgendermaßen:

„Der Rezipient ist nicht nur aktiv, sondern auch pseudo-aktiv. Er ist zwar prinzipiell frei und in der Lage, sich jeder Botschaft zu verweigern, aus einem Angebot nur die ihm genehmen Informationen auszuwählen, aber aufgrund seiner Sozialisation, seinen Gewohnheiten im täglichen Umgang mit Medien, des ihnen beigemessenen Wertes und der eigenen intellektuellen Voraussetzungen haben die angebotenen Informationen längst nicht die gleichen subjektiven Auswahlchancen“ (S. 80).

Auf dieser ersten Stufe der Rezeption medialer Inhalte steigert sich aber die Aktivität des Individuums: Einerseits kann er die vermittelten Informationen verdrängen oder vergessen, andererseits besteht aber auch die Möglichkeit, dass er diese behält, vielleicht steigt sogar mit dieser Erstinformation sein Involvement, um diese Information zu verarbeiten, in bisherige Wissenskontexte einzuordnen und darüber zusätzliche – tiefergehende – Informationen einzuholen. Man könnte annehmen, dass die Medien dem Einzelnen in einem ersten Schritt Basisinformationen über politische Vorgänge auf den verschiedenen Ebenen des diesen betreffenden Gemeinwesen (kommunal, regional, national, international) bieten. Dies ist auch die immer wieder normativ geforderte Aufgabe der Medien in einem demokratischen System. Was der Einzelne aber mit diesen Informationen macht, bleibt ihm selbst überlassen. Interessiert er sich nicht für dieses Thema – vielleicht auch prinzipiell nicht für Politik –, findet diese Nachricht wahrscheinlich auch keine schematischen Anknüpfungspunkte, und sie wird nach kurzer Zeit bereits wieder vergessen. Auch dies ist in demokratischen Systemen möglich, politisches Interesse ist nicht vorgeschrieben.

Geht man aber von dem Fall aus, dass Rezipient X sich weiter für ein bestimmtes politisches Thema interessiert, über das er zufällig in den Nachrichten gestolpert ist und das sein Interesse geweckt hat, wird er vermutlich weiter recherchieren. Dazu hat er verschiedene Möglichkeiten: Er kann dieses Thema weiter in seinem gewohnten Medium verfolgen, seine Informationen durch andere Perspektiven aus anderen Medien ergänzen oder kontrollieren und mediale Hintergrundinformationen einholen. Er kann die Archivfunktion medialer Anbieter nutzen, um die Genese dieses „issues“ zu

begreifen, oder er kann die Positionen der beteiligten Akteure ungefiltert auf den jeweiligen Informationsplattformen dieser Akteure betrachten.

Im Sinne von Luhmann schaffen die Massenmedien ein gesellschaftliches Archiv oder „kollektives Gedächtnis der modernen Gesellschaft“ (Luhmann, 1996). All dies bleibt Rezipient X aber selbst überlassen. Displaymedien wie die Tageszeitung, das Fernsehen oder das Radio sorgen so für eine mediale Erst- oder Basisinformation, die dann – nach individuellem – Bedarf möglicherweise durch die Nutzung eines Researchmediums wie dem Internet erweitert wird. So sieht dies auch Schönbach (2005): Display- und Researchmedien ergänzen einander.

Die mediale Erstinformation wird mit der Zeit und der weiteren Recherche vervollständigt durch weitere Informationen, die vielleicht auch anschließen können an bereits vorhandenes Wissen. Bei Rezipient X setzt als Intratransaktion (möglicherweise) ein Prozess des Lernens ein. Gerade durch die erhöhte kognitive Verarbeitung bildet Lernen somit die Verbindung zwischen Information und Wissen. Bonfadelli (1994) definiert Lernen als einen „innovativen Prozess der Vorbereitung von Individuum und Gesellschaft auf gemeinsames Handeln in neuen Situationen“ (S. 19). Diese Verarbeitung von Information – die zu großen Teilen medial vermittelt wird –, in Wissen kann man als Basisressource für soziales Handeln und eben auch politische Beteiligungsbereitschaft verstehen. In den Worten von Stehr (2001) schafft Wissen „potential for action“ (S. 62), es eröffnet einen Möglichkeitsraum für soziales Handeln. Die Verarbeitung von (medialen) Informationen in Wissen wird somit zu einem zentralen Konzept für die Inklusion von Bürgern in das politische System. Grundsätzliches Wissen erlaubt es Individuen, sich am politischen Geschehen zu orientieren, „issues“ mit Verantwortlichen sowie Verantwortlichkeiten mit „issues“ zu verbinden und Präferenzen zu formulieren (vgl. Zaller, 1992).

Für die Demokratie- und Partizipationslehre würden diese Überlegungen eigentlich bedeuten, die Medien als Bedingung von Partizipation zu verstehen. Betrachten wir aber die andere Seite und empirische Befunde, stellen wir zwar fest, dass die Nutzung von Nachrichtenmedien grundsätzlich zu einem Zuwachs an politischem Wissen beiträgt. Aber ebenso kristallisiert sich aus den Befunden heraus, dass der beste Baustein, um Wissen aufzubauen, früheres Wissen und politisches Interesse sind (vgl. Fredin, Kosicki & Becker, 1996; Price & Zaller, 1993). Wenn der beste Grundstock für neues Wissen also bereits vorhandenes Wissen ist, führen mediale Informationen dann zu wachsenden Wissensklüften bzw. einer Vertiefung des „digital divide“? Menschen mit höherem sozioökonomischen Status und höherem Vorwissen lernen, so die These, leichter politische Inhalte als andere. Die Kluft zwischen privilegierten und nicht privilegierten Gruppen werde dadurch immer größer (vgl. Bonfadelli, 1994; Eveland & Scheufele, 2000; Tichenor, Donohue & Olien, 1970). Jede neue, massenmedial vermittelte Information erhöht so die Kluft zwischen Individuen mit höherem und niedrigerem sozialen Status.

Eine weitere Überlegung ist aber ebenso noch außer Acht gelassen worden, nämlich die Frage, ob Medienberichterstattung denn überhaupt zu Partizipation ermuntere. Die Scientific Community zeigt sich gespalten zu dieser Frage. Auf der einen Seite

werden die Nachrichtenmedien für sinkendes politisches Interesse und Misstrauen in die Politik verantwortlich gemacht (u.a. Patterson, 2002; Moy & Pfau, 2000), die andere Seite sieht aber sehr wohl, dass Medien diese negativen Einflüsse nicht tragen würden, u. a. de Vreese (2005): „Recent studies based on survey evidence and media content data suggest that the media promote political and civic engagement rather than political apathy and alienation“ (S. 284). Jedenfalls bleibt festzuhalten, dass die Trias mediale Information, Lernen und Wissen eine Vorbedingung potentieller politischer Partizipation ist.

5. Conclusio: Was wir über Wirkung (nicht) wissen

Wie wir gezeigt haben, gibt es neben dem DTA andere Modelle und Theorien von Medienwirkung, die auf sehr ähnlichen Prinzipien fußen. Dabei sind die Berührungen zwischen DTA und E/D-Modell nur punktuell, in Slaters Text werden lediglich drei Texte und weitere drei Autoren zitiert, die auch in den beiden grundlegenden DTA-Artikeln angeführt werden. Gleichzeitig konnten wir anhand der politischen Kommunikation illustrieren, dass Annahmen des DTA sowohl in theoretischer wie empirischer Perspektive geeignet sind, die gesellschaftlichen und individuellen Rahmenbedingungen für Mediennutzung und -wirkung zu beschreiben.

Wie kommt es nun, dass unabhängig voneinander und mit Bezug auf ganz unterschiedliche Quellen so ähnliche Modelle entwickelt worden sind? Hat „die“ Kommunikationsforschung mittlerweile den oben angesprochenen „wahren“ Charakter der Medienwirkung erkannt? Stehen wir, in den Worten von Klaus Schönbach, auf der Schwelle der Renaissance, die das Mittelalter der Medien- und Kommunikationswissenschaft beendet? Hat der DTA dazu beigetragen?

Ohne hier eine abschließende Antwort geben zu können, liegt die Vermutung doch nah, dass die von Früh und Schönbach (1982) formulierte Aufforderung, anders über den Begriff „Wirkung“ zu denken, mittlerweile vielfach eingelöst worden ist. Dies mag an so unterschiedlichen Ursachen wie der Weiterentwicklung von statistischen Methoden und Softwarepaketen oder der fortschreitenden Verbreiterung der theoretischen Grundlagen der Kommunikationsforschung liegen. So erlaubt die Entwicklung neuer Software nunmehr auch Nicht-Informatikern Medienwirkungen in vielen Studien dynamisch zu untersuchen (cross-lagged panel-Analysen, Zeitreihenanalysen). Die Erweiterung der theoretischen Perspektiven wiederum verdankt sich dem grundständig interdisziplinären Charakter unserer Wissenschaft ebenso wie der immensen Konjunktur des Kommunikations- und Medienbegriffes in verwandten sozial- und kulturwissenschaftlichen Fächern. So rückt in der Soziologie der Kommunikationsbegriff ins Zentrum wesentlicher gesellschaftstheoretischer Entwürfe während die Medien selbst zum Brennpunkt allerlei zeitgenössischer Gesellschaftscharakterisierungen – Stichwort „Mediengesellschaft“ – werden.

Während die dynamische oder wenigstens prozessorientierte Perspektive also gut in der heutigen Medienwirkungsforschung verankert ist, steht es um das Denken in

Transaktionen weniger gut. Mit Eilders' (2008) Worten gesprochen, gehört der Begriff nicht zum „Grundwortschatz“ der Kommunikationsforschung (S. 297). Doch auch wenn tatsächliche Transaktionen, also die reziproke Veränderung von Stimuli und Rezipienten noch selten untersucht werden, so gibt es doch immerhin zahlreiche Studien, die Inhalts- und Nutzerdaten zusammenbringen, um beide in *einer* Wirkungsperspektive zu berücksichtigen (Schulz, 2007). Auch liegen etwa zum Thema Framing Untersuchungen vor, die zumindest Intratransaktionen in den Fokus nehmen – auch wenn sie die entsprechenden Prozesse nicht so bezeichnen (Matthes, 2007). Nichtsdestotrotz zeigt sich gerade in den hier angestellten Überlegungen, dass das dynamisch-transaktionale Denken für die Beschreibung individueller und gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse, für die theoretische Konzeption wie für die empirische Untersuchung von Mediennutzung und -wirkung unerlässlich ist.

Literatur

- Bonfadelli, H. (1994). *Die Wissenskluft-Perspektive*. Konstanz: UVK/Ölschläger.
- Brosius, H.-B., & Esser, F. (1998). Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. *Publizistik*, 43, 341-361.
- Chaffee, S. H., & Hochheimer, J. (1983). Mass communication in national election campaigns: The research experience in the United States. In W. Schulz & K. Schönbach (Hrsg.), *Massenmedien und Wahlen* (S. 65-103). München: Ölschläger.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Donsbach, W. (1991). *Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten*. Köln: Böhlau.
- Eilders, C. (2008). Der dynamisch-transaktionale Ansatz in programmatischer Perspektive. In C. Wunsch, W. Früh & V. Gehrau (Hrsg.), *Integrative Modelle in der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Dynamische und transaktionale Perspektiven* (S. 295-301). München: Fischer.
- Eveland, W. P. Jr., & Scheufele D. A. (2000). Connecting news media use with gaps in knowledge and participation. *Political Communication*, 17, 215-237.
- Fredin, E. S., Kosicki, G. M., & Becker, L. B. (1996). Cognitive strategies for media use during a presidential campaign. *Political Communication*, 13, 23-42.
- Früh, W. (1991). *Medienwirkungen: Das dynamisch-transaktionale Modell. Theorie und empirische Forschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Früh, W., & Schönbach, K. (1982). Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. *Publizistik*, 27, 23-40.
- Früh, W., & Schönbach, K. (2005). Der dynamisch-transaktionale Ansatz III: Eine Zwischenbilanz. *Publizistik*, 50, 4-20.
- Hall, S. (2000). Encoding/Decoding. In P. Marris & S. Thornham (Hrsg.), *Media Studies. A Reader* (S. 51-61). New York: New York University Press.
- Hall, S. (2004). Reflektionen über das Kodieren/Dekodieren-Modell. Ein Interview mit Stuart Hall. In S. Hall (2004), *Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften Band 4* (S. 81-107). Hamburg: Argument Verlag.
- Kaase, M. (1992). Politische Beteiligung. In M. G. Schmidt (Hrsg.), *Lexikon der Politik. Band 3: Die westlichen Länder* (S. 339-346). München: Beck.

- Klingemann, H.-D., & Voltmer, K. (1989). Massenmedien als Brücke zur Welt der Politik. Nachrichtennutzung und politische Beteiligungsbereitschaft. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. (Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie; S. 221-238). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellung der Rezipienten*. München: Fischer.
- Morley, D. (1980). *The nationwide audience: structure and decoding*. London: BFI.
- Morley, D. (1983). Cultural transformations. The politics of resistance. In H. Davis & P. Walton (Hrsg.), *Language, image, media* (S. 104-117). Oxford: Blackwell Publishers.
- Morley, D. (1995). Theories of Consumption in Media Studies. In D. Miller (Hrsg.), *Acknowledging consumption. A review of new studies* (S. 296-328). London: Routledge.
- Moy, P., & Pfau, M. W. (2000). *With malice towards all? The media and public confidence in democratic institutions*. Westport, CT: Greenwood.
- Nohlen, D., & Schultze, R.-O. (1985). *Pipers Wörterbuch der Politik. Band 1*. München: Piper.
- Patterson, T. E. (2002). *The vanishing voter: Public involvement in an age of uncertainty*. New York: Knopf.
- Price, V., & Zaller, J. R. (1993) Who gets the news? Alternative measures of news receptions and their implications for research. *Public Opinion Quarterly*, 57, 133-164.
- Schmitt-Beck, R., & Pfetsch, B. (1994). Politische Akteure und die Medien der Massenkommunikation. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen* (S. 106-138). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schönbach, K. (2005). Das Eigene im Fremden. Zuverlässige Überraschung: Eine wesentliche Medienfunktion? *Publizistik*, 50, 344-352.
- Schönbach, K. (2007). Zuverlässige Überraschungen, ein Lob der Faulheit und der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein Essay für Werner Früh. In W. Wirth, H.-J. Stiehler & C. Wünsch (Hrsg.), *Dynamisch-transaktional denken: Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft* (S. 262-267). Köln: Halem.
- Schönbach, K., & Früh, W. (1984). Der dynamisch-transaktionale Ansatz II: Konsequenzen. *Rundfunk und Fernsehen*, 32, 314-329.
- Schulz, W. (2007). Inhaltsanalyse plus. Ansätze zur Integration von Mitteilungs- und Rezipientendaten. In W. Wirth, H.-J. Stiehler & C. Wünsch (Hrsg.), *Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft* (S. 108-125). Köln: Halem.
- Slater, M. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication Theory*, 17, 281-303.
- SevenOneMedia (2006). *17 Fakten versus 17 Vorurteile*. Abgerufen am 9. Februar 2009 von http://appz.sevenonemedia.de/download/publikationen/FaktenstattVorurteile_07.pdf
- Stehr, N. (2001). Moderne Wissensgesellschaften. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 36, 7-14.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34, 159-170.
- Vreese, C. H. de (2005). The spiral of cynicism reconsidered. *European Journal of Communication*, 20, 283-301.
- Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.