

Freie Universität



Berlin

Forschungsbericht:

Form und Wirkung

**Ansätze zur Erforschung der Wirkungen
formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen
von Film und Fernsehen**

von

Tobias Kurfer

2005

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus

Prof. Winfried Göpfert

Tel.: (030) 838-70300 & (030) 30099167

www.kommwiss.fu-berlin.de/wissjour.html

www.wissenschaftsjournalismus.de

goepfert@zedat.fu-berlin.de

Forschungsbericht

FORM UND WIRKUNG

Basierend auf der Masterarbeit:
Form und Wirkung –
Ansätze zur Erforschung der Wirkungen
formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen
von Film und Fernsehen

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
Freie Universität Berlin
Vorgelegt im Mai 2005
Von Tobias Maximilian Kurfer

INHALT

0. ZUSAMMENFASSUNG

1. PROBLEMHORIZONT, GEGENSTAND, FORSCHUNGSSTAND, ZIELE DER ARBEIT

2. GRUNDLAGEN (KAPITEL II „THEORETISCHE VORARBEIT“)

2.1. Ursache und Wirkung

2.2. Form und Inhalt

3. AUSFÜHRUNG (KAPITEL III „AUSFÜHRUNG“)

3.1. Erster Teil: Wirkung

3.1.1. Vorüberlegungen, Zielsetzung, Vorgehensweise

3.1.2. Ergebnisse

3.2. Zweiter Teil: Form und Wirkung

3.2.1. Vorüberlegungen, Zielsetzung, Vorgehensweise

3.2.2. Ergebnisse der Analyse

3.2.3. Weitere Überlegungen aus der Diskussion

3.2.3. Ergebnisse der Evaluation

3.2.3.1. Grundlegende Wirkungsmodelle und Forschungsprogramme

3.2.3.2. Spezifische Wirkungstheorien, die Nutzungsperspektive, „Grundlagentheorien“, alternative methodische und theoretische Ansätze

3.2.3.3. Methoden: Analyseverfahren

4. ABSCHLIEßENDE BEMERKUNG

5. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

6. LITERATUR/QUELLEN

0. ZUSAMMENFASSUNG

Vorgestellt wird die Magisterarbeit „*Form und Wirkung – Ansätze zur Erforschung der Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen*“. Die Arbeit versucht die theoretischen Grundlagen des Problemkomplexes „Form und Wirkung“ bezogen auf die audiovisuellen Medien zu erörtern und eine dringend notwendig allgemeine Problematisierung bezüglich der Wirkungsforschung insgesamt (ihre Theorien, Modelle und ihre Forschungspraxis) zu vollziehen. Es werden konkrete Vorschläge für eine forcierte Forschung in diesem Feld gemacht, neue Ansätze und methodische Verfahren angestoßen und bestehende evaluiert.

1. PROBLEMHORIZONT, GEGENSTAND, FORSCHUNGSSTAND, ZIELE DER ARBEIT

Durchforscht man die aktuellen Auflagen der Standardwerke der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, der „Medienwissenschaften“¹ und der Medienwirkungsforschung (etwa BONFADELLI 2004a, SCHENK 2002, BURKART 2002, FAULSTICH 2002, JÄCKEL 1999 etc.), so stößt man fast allenthalben auf eine im Prinzip immer gleiche Randnotiz: Die Medienwirkungsforschung habe die Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen (dort: „formale Elemente“, „formale Aspekte“, „formal features“ oder „medienspezifische Wirkungen“ etc.) nicht nur spät entdeckt – STURM datiert den Beginn auf 1971² – sie seien bisher auch (zu) wenig erforscht. Dieses Bild bestätigt sich bei der Durchsicht der einschlägigen Periodika (u.a. *Publizistik*, *Medien Praktisch*, *Media Perspektiven*, *Fernsehen und Bildung*, *Medien und Kommunikationswissenschaft*, *Television*, *Medienpsychologie* oder *Medien Pädagogik*) sowie einzelner Übersichtsarbeiten (etwa bzgl. kognitiver Medien-Wirkungen: MERTEN 1990 oder allgemein: SCHULZ 1986a).

Zwar haben sich mittlerweile eine Reihe von Studien ganz oder in Teilen mit solchen formalen Gestaltungsmitteln und Darstellungsweisen (v.a. des Fernsehens³) beschäftigt, doch sind die Titel zum Thema überwiegend isoliert, greifen Einzelprobleme auf und suchen selten den Zusammenhang mit anderen Studien bzw. Forschungsfragen⁴; es fehlt

¹ Ich verstehe darunter im Folgenden in etwas engerer Definition als z.B. FAULSTICH (vgl. DERS. 2002, S. 52 ff.) aus den Nachbardisziplinen der Kommunikationswissenschaft im Schwerpunkt v.a. Film- und Fernsehwissenschaft.

² Vgl. STURM 2000, S. 33.

³ D.h. im Vergleich etwa mit den Printmedien (vgl. SCHENK 2002, S. 699 f.).

⁴ Ein Resümee, das STRABNER schon 1986 zieht – es ist aus heutiger Sicht noch weitgehend aktuell (vgl. STRABNER 1986, S. 75).

es einer systematischen Forschung (vgl. etwa STURM), an Gewichtungen der Effekte einzelner Gestaltungsmitteln, an Systematisierungen und einer Basis vergleichbarer experimenteller Befunde.⁵

Nun ist diese weitgehende Vernachlässigung der formalen Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen der Massenmedien nicht nur, wie die o.g. Autoren feststellen, eine empirische Forschungslücke, die es kaum dringender zu füllen gilt, als viele andere. Es handelt sich hier vielmehr – eine genauere Begründung dieser Position s.u. – um ein grundlegendes Manko, einen theoretischen Schwachpunkt der Wirkungsforschung insgesamt. Diese Vernachlässigung in den Theorien (und damit freilich auch in der Forschungspraxis) nämlich führt, wie in der vorgelegten Arbeit aufgezeigt werden konnte, über eine *implizite* – also überwiegend nicht diskutierte bzw. problematisierte – Trennung medialer Aussagen in Inhalt und Form, zu einem näherungsweise *Gleichsetzen* von „Stimulus“, „Aussage“, „Botschaft“, ja sogar „Medium“⁶ einerseits und Inhalt derselben andererseits. Das dieses Vorgehen problematisch ist, zeigt schon der Umstand – weitere Argumente wie gesagt weiter unten –, dass die Befunde zu den Wirkungen formaler Mittel (hier: Film und Fernsehen) als vergleichsweise sehr stabil und – Stichwort: Inhaltsanalyse – gut vorhersagbar gelten können – eine Feststellung die u.a. GRABOWSKI-GELLERT, STURM und SCHENK machen; sie kann durch die vorgelegte Arbeit gestützt werden. Medienwirkungspotentiale mögen – wie ebenfalls gezeigt werden kann – im Einzelfall primär vom Inhalt ausgehen, i.d.R. aber sind sie (auf Stimulusseite) Ergebnis von Wechselbeziehungen und Wechselwirkungen zwischen Form und Inhalt der Darstellung (Eine ausführliche Argumentation s.u.).

Gemäß dieser Überlegungen werden folgende *Hauptziele* der Arbeit formuliert:

- a) aa) sauberer Nachweis der Vernachlässigung von Wirkungspotentialen⁷ formaler Elemente medialer Aussagen (Schwerpunkt: formale Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen), ab) Nachweis der mit ihr einhergehenden impliziten Trennung von Form und Inhalt in Forschungspraxis und den theoretischen Ansätzen der Medienwirkungsforschung sowie ac) Problematisierung und Diskussion der theoretischen und forschungspraktischen *Konsequenzen* bezogen auf die audiovisuellen Medien Film und Fernsehen
- b) Entwicklung von konkreten Vorschlägen und Anknüpfungspunkten für eine forcierte Erforschung der Wirkungspotentiale formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen (v.a.) auf drei Ebene: ba) grundlegende Wirkungskonzeption, bb) spezifische „Wirkungstheorien“ sowie bc) praktische Forschung (Forschungsprogramme und Methoden).

⁵ Mit diesem Problem haben auch etwa HAMM, KOLLER 1989 oder BALLSTAEDT 1977 zu kämpfen.

⁶ Die Begriffe changieren je nach theoretischer Ausrichtung, je nach Paradigma.

⁷ Zum Begriff s.u.

Damit stellt die vorgelegte Arbeit eine erste umfassenden theoretische Auseinandersetzung mit dem Problembereich „Form und Wirkung“ nach HERTHA STURM dar – sie knüpft an die Arbeiten der Autorin u.a. an, geht aber an vielen Punkten wesentlich darüber hinaus: So wird u.a. auf Basis der Überlegungen der Versuch unternommen, *bestehenden* Theorien und Forschungsprogrammen Impulse für eine Neu-Konzeption zu geben. (Näheres s.u.)

Es wird wie folgt vorgegangen:

Nach einer allgemeinen Einführung (Kapitel I: „Einführung“ (Problemhorizont, Stand der Forschung, Desiderate)) werden (Kapitel II: „Theoretische Vorarbeit“) die erkenntnistheoretischen und wissenschaftstheoretischen Grundlagen der Arbeit erörtert und Definitionen der zentralen Arbeitsbegriffe vorgenommen. Hier geht es u.a. um die theoretische Basis und eine erste allgemeine erkenntnistheoretische bzw. wissenschaftstheoretische Positionierung der Arbeit.

Kapitel III („Ausführung“) – der eigentlichen Hauptteil – umfasst im Wesentlichen zwei Blöcke: Zunächst („Erster Teil: Wirkung“) werden Wirkungs-Begriffe, -Modelle und -Konzeptionen der Medienwirkungsforschung analysiert, diskutiert und evaluiert. Hier geht es im Schwerpunkt a) darum herauszuarbeiten, welcher Begriff, welches Modell bzw. welche Konzeption sich insgesamt in der Wirkungsforschung als brauchbar erwiesen haben und welche brauchbar sein dürften für eine Erforschung der Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen. Hier wird zunächst eher „grundsätzlich“ d.h. bzgl. allgemeiner Wirkungsmodelle argumentiert – eine konkretere, bzw. „bedingte“ Bewertung des Nutzens der bestehenden Ansätze wird im zweiten Teil, dann vor dem Hintergrund des Forschungsstandes zu den Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen, (s.u.) vollzogen; sie basiert – und damit sind wir bei b) – auf einem aus diesen Ausführungen (und den Überlegungen aus Kap. II) entwickelten Katalog von „Leitlinien“ für die Wirkungsforschung.

Im Zweiten Block („Zweiter Teil: Form und Wirkung“) wird die Wirkungsforschung unter dem Licht der Beachtung formaler Elemente medialer Aussagen, bzw. der Differenzierung nach Form und Inhalt („Stimuluskonzeptionen“) analysiert, diskutiert und evaluiert. (Der Schwerpunkt der Überlegungen liegt bei den formalen Gestaltungsmitteln und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen.) Im Fortgang dieser Ausführungen werden dann a) die genannten Vorschläge bzw. Anknüpfungspunkten herausgear-

beitet; ferner wird b) (das ist der Rahmen von Analyse, Diskussion und Evaluation) eine theoretische Problematisierung im o.g. Sinne vorgenommen sowie schließlich c) unter Rückbezug auf die Überlegungen aus Kap. II sowie Kap. III, „Erster Teil: Wirkung“ („Leitlinien“) eine abschließende spezifische perspektivische Evaluation zur Brauchbarkeit der bestehenden Wirkungsmodelle, etwaiger Forschungsprogramme, Wirkungstheorien, Ansätzen aus der Nutzenperspektive und „Grundlagentheorien“ versucht.

Das abschließende Kapitel IV schließlich stellt einen allgemeinen Aus- und Rückblick dar.

Gegenstand der Arbeit sind entsprechend zuvorderst Theorien, Modelle, Paradigmen und Methoden aus dem Feld und Umfeld der kommunikationswissenschaftlichen Medienwirkungs- und Medienrezeptionsforschung (v.a. Psychologie, Pädagogik, Soziologie, Linguistik und Semiotik) sowie (m.E. allerdings) solche aus einigen anderen Wissenschaftsdisziplinen, die sich mit Film- und Fernsehen beschäftigt haben (etwa Film- und Fernsehwissenschaft, Kunstwissenschaft und Philosophie (Ästhetik und Bildhermeneutik)).

Zur theoretischen Vorarbeit, den Grundlagen der vorgelegten Arbeit:

2. GRUNDLAGEN (KAPITEL II „THEORETISCHE VORARBEIT“)

Grundlage der vorgelegten Arbeit sind erkenntnistheoretische und wissenschaftstheoretische Überlegungen bzw. Positionierungen zu den Problemkomplexen „Ursache und Wirkung“ sowie „Form und Inhalt“. Einige kurze Anmerkungen hierzu:

2.1. Ursache und Wirkung

Die vorgelegte Arbeit argumentiert für einen *kausalen* Wirkungsbegriff und eine kritisch-rationalistische Wissenschaftsauffassung. Diese Konzepte erweisen sich als bislang brauchbarste Basis für eine Wirkungsforschung, die nach quantifizierbaren psychologischen und sozialen Veränderungen durch Massenkommunikation sucht – eine ausführliche Diskussion – Stichworte u.a.: „Wahrheit vs. Wirklichkeit“ „Beweisbarkeit von Kausalität“ – wird in der Arbeit vollzogen.

Die vier zentralen Konsequenzen aus den entsprechenden Überlegungen in diesem Punkt der Ausführungen:

1. Es scheint aus pragmatischen Gründen sinnvoll, „Kausalität“ in der Wirkungsforschung zu konzipieren im Sinne „empirischer Wirklichkeit“. Das Wahrheitskonzept hat sich demgegenüber als problematisch erwiesen. Entsprechend sollte die Wirkungsforschung auch *primär empirisch* ausgerichtet sein. Es wird im folgenden, so wie das auch Usus in der Kommunikationsforschung ist, synonym für solche Kausalzusammenhänge der Wirkungsbegriff verwendet – Differenzierungen, d.h. Wirkungsbegriffe, die in diesem Sinne nicht kausal zu verstehen sind, an gegebener Stelle.
2. Um solcher „Wirkung“ auf die Schliche zu kommen, d.h. sie zu „beweisen“ – d.i. im Folgenden: einem „Beweis“ empirischer Wirklichkeit *nabe* zu kommen – liegen vier Kriterien (etwa nach MERTEN u.a.) vor, die eine vernünftige (immerhin bislang brauchbarste⁸) Basis für praktische Forschung abgeben.
3. Zur Prüfung von Kausalität/Wirkung bzw. Kausal-/Wirkungshypothesen sind für eine empirische Forschung – trotz bekannter methodischer Probleme und wissenschaftstheoretischer Einwände⁹ – *Experiment* und *Mehrmethoendesigns* bislang die geeignetsten Mittel¹⁰: Im Experiment kann – im Gegensatz etwa zur Querschnitts- und Längsschnittanalyse – idealiter *zugleich* Korrelation, zeitlich Abfolge und die Geschlossenheit des Systems überprüft werden. Mehrmethoendesigns – etwa: Kombinationen von Inhaltsanalyse, Befragung und Experiment – bieten die Möglichkeit, etwaige Rückschlussfehler durch verzerrende Laborsituation oder mangelnde Kontrollmöglichkeiten (Feld) zu minimieren.
4. Die empirische Forschung sollte theoriegeleitet vorgehen.

„Wirkung“ wird gemäß diesen ersten Leitlinien und weiteren theoretischen Überlegungen in Anlehnung an MALETZKES „Wirkung“ *im allgemeinsten und weitesten* sowie im *engeren Sinn*¹¹ definiert. Sie sind brauchbare Basis für die nachfolgenden Überlegungen und das vorgeschlagenen Definitionskürzel:

Wirkung = Wirkungspotentiale inhaltlicher und formaler Aspekte medialer Aussagen.

Die zentralere Definition (Wirkung im *engeren Sinn*) wird nach der Terminologie und dem Problemhorizont der vorgelegten Arbeit leicht modifiziert.

⁸ Immerhin haben sie sich etablieren können und finden weitgehend Konsens.

⁹ Auf methodische Problem (etwa Verzerrungen durch die Laborsituation) verweist u.a. ausführlich KUNCZIK (DERS. 1987a, S. 44 ff.).

¹⁰ Vgl. zum Folgenden: KÜPPER 2000, S. 12 ff. (Auch MERTEN kommt zu diesem Ergebnis (vgl. DERS. 1994, S. 303).)

¹¹ Vgl. MALETZKE 1963, S. 189; hier zit. n. BURKART 2002, S. 188.

„Unter Wirkung im engeren Sinn sollen all jene Prozesse in der postkommunikativen Phase verstanden werden, die als Resultat der Massenkommunikation ablaufen, sowie in der kommunikativen Phase all jene *manifesten oder latenten* Verhaltensweisen, die aus Zuwendung des/der Menschen zu massenmedial vermittelten *Aussagen* resultieren.“

2.2. Form und Inhalt

Der erkenntnistheoretische Diskurs um Problemkomplex Nummer zwei führt auf den „Prozesscharakter“ im Verhältnis von Form und Inhalt: Ein jedes Ding verdankt seine Existenz generativen Entstehungsprozessen, in denen „formal“ dasjenige ist, das die Form verleiht, „inhaltlich“ (materiell) dasjenige, das die Form empfängt.

Nun zeigt schon der angedeutete erkenntnistheoretische Diskurs die Schwierigkeiten bei der Abgrenzung von Form und Inhalt – kaum anders verhält es sich bei dem Versuch der Abgrenzung bezogen auf Stimuli bzw. Medien. (Entsprechend unscharf sind oft auch die „Begriffe des Formalen“ in der Literatur (vgl. u.a. „formal-spezifische Angebotsweisen“ (SCHENK), „Wie der Präsentation“ (STURM), „formale Merkmale“ (DONSBACH) „formal features“ (HUSTON und WRIGHT) oder „formale Elemente“ (STRABNER) bzw. „formale Aspekte“ (SCHENK)).

Wegen dieser Probleme wird (bezogen auf Film und Fernsehen) eine extensionale Definition vorgeschlagen. Sie unterscheidet in der Hauptsache zwischen a) *medienspezifischen* und b) *modalspezifischen* formalen Gestaltungsmitteln und Darstellungsweisen; daneben zwischen: aa) Elementen die über den *Bildtrakt* (optischer Kanal), den *Tontrakt* (akustischer Kanal) oder den *Bildtrakt-Tontrakt* (optisch-akustischer Kanal) aufgenommen werden sowie zwischen ba) *formal-sprachlichen* und bb) *formal-bildlichen bzw. -bewegtbildlichen* Elementen:

I. Medienspezifische formale Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen

Bildtrakt

Mise-en-Sène

1. Kameratechniken und Kamerasicht (z.B. Schwenk, Zoom, bewegte und „subjektive“ Kamera)
2. Bildkomposition und -anmutung (z.B. Gewichte, Ausschnitt, Einstellungsgröße, Tiefenschärfe)
3. Licht (-führung bzw. -komposition, Lichtart, Farbe)
4. Ausstattung (Set, Schauspieler)
5. Schauspiel, Personendarstellungen
6. Spezialeffekte, optische Effekte (Animation, Bildteilung, Blenden etc.)
7. Grafische Elemente (mit Typographie, Layout)

Editionstechniken

8. Schnitt-, Montage- und Bildmischung¹²
 9. Ablaufgeschwindigkeit (Zeitraffer, Zeitlupe, Standbild, Normalgeschwindigkeit)
 10. (dramaturgischer und/oder argumentativer Bau)
- Tontrakt
11. Ton (Sprecher, O-Töne, Laute, Geräusche)
 12. Musik
- Bildtrakt-Tontrakt
13. Umsprünge von: Bild und Ton, Bild und Musik, Bild und Tonquelle etc.

II. Modalspezifische formale Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen

Formal-sprachliche Elemente

14. Satzlänge
15. Satzbau
16. Wortlängen und -arten
17. Rhythmus, Interpunktion, Sprechgeschwindigkeit
18. Stimmannunungen (paraverbale Aspekte der Stimme und des Sprechens)

Formal-bildliche und -bewegtbildliche

19. s.o. (z.B. Bild: Bildkomposition, Farbgebung, Licht; Bewegtbild: Schnitt, Schwenk, Zoom)

(Ausführungen zu dieser Liste sowie zu den anderen zentralen Arbeitsbegriffen in der Magisterarbeit)

3. AUSFÜHRUNG (KAPITEL III „AUSFÜHRUNG“)

3.1. Erster Teil: Wirkung

3.1.1. Vorüberlegungen, Zielsetzung, Vorgehensweise

Ausgehend von der Kritik am (kausalen) Wirkungsbegriff werden nun im ersten Teil dieser „Ausführung“ die Hauptströmungen der Wirkungsforschung nach Wirkungsbegriffen, -Modellen und -Konzeptionen analysiert, diskutiert und evaluiert. Vier Arbeits-Hypothesen leiten die Überlegungen in diesem Punkt:

1. Fast allen Theorien in Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung ist ein sehr spezifisches, im Grunde simples, Kausalitätsdenken (im Sinne o.g. „Kausalität“) implizit (Arbeits-Hypothese 1).

¹² Zur Unterscheidung vgl. etwa MIKOS 1998a, S. 45 ff. Für die Überlegungen der vorgelegten Arbeit spielen Unterscheidungen der Editionstechniken keine wesentliche Rolle.

2. Das gilt auch (Arbeits-Hypothese 2) für die Nutzungs-/ oder Rezeptionsforschung, die sich den Anschein gibt, dieses Denken überwunden zu haben und für Ansätze, die eine „Mittlerstellung“ zwischen Nutzen- und Wirkungsperspektive einnehmen.
3. Die wenigen Alternativ-Ansätze, die jene Überwindung tatsächlich vollziehen konnten (Konstruktivismus und m.E. Systemtheorie) oder Alternativen zum Wissenschaftsprogramm des kritischen Rationalismus darstellen (u.a. Hermeneutik und kritische Theorie), vermögen (beim Stand der Theoriebildung) kaum brauchbare Ergebnisse, kaum Erkenntnisfortschritt, im Sinne einer Erforschung von Wirkungen nach o.g. Definition liefern (Arbeits-Hypothese 3) – die wissenschaftstheoretischen „Alternativen“ neigen zum Selbstreferentiellen oder zur Ideologiekritik; die erkenntnistheoretischen führen letztlich zurück auf erkenntnistheoretische Probleme, die (wenigstens derzeit) als unlösbar gelten müssen.
4. Die Thesen der *absoluten* oder *relativen* „Wirkungslosigkeit“ von Medien schließlich (u.a. für den Bereich „Gewalt“: a) DEGEN 1988, KELMER und STEIN 1975, MILGRAM und SHOTLAND 1975 sowie HASE 1981; b) für das Medium Presse (im Vergleich zum Fernsehen): NOELLE-NEUMANN 1977, 1982; sowie c) medienübergreifend und themenunabhängig: NOELLE-NEUMANN 1973, 1979, MCGUIRE 1969 oder ENZENSBERGER 1988¹³) können beim Stand der Forschung *und Theoriebildung* (!) nicht als haltbar und schon gar nicht als vernünftig gelten (Arbeits-Hypothese 4).

3.1.2. Ergebnisse

Im Rahmen der Analyse, Diskussion und Evaluation der zentralen Modelle, Wirkungsvorstellungen und Ansätze der Wirkungsforschung (vom S-R-Modell bis hin zum dynamisch-transaktionalen Ansatz, über den Konstruktivismus bis zur Psychoanalyse)

¹³ Vgl. im Einzelnen: a) DEGEN, ROLF (1988): Medienwirkung: Der große Bluff. In: *Psychologie Heute*, 15/1988, S. 20-22; dargestellt in GOTTBERG 1995, S. 36; b) KELMER, OTTO; STEIN, ARNDT (1975): *Fernsehen: Aggressionsschule der Nation? Die Entlarvung eines Mythos* (Schriftenreihe: Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Band 3). Bochum: Brockmeyer; dargestellt in KUNCZIK 1987a, S. 82 ff.; c) MILGRAM, STANLEY; SHOTLAND, R. LANCE (1975): *Television and antisocial behavior: field experiments*. New York: Academic Press; dargestellt in KUNCZIK 1987a, S. 77 ff.; d) HAASE, HENNING (1981): *Kinder, Jugendliche und Medien*. In: *Kinder, Medien, Werbung. Ein Literatur- und Forschungsbericht* (Schriftenreihe Media Perspektiven, Bd. 1). Frankfurt a.M.: Metzner, S. 25; dargestellt in KUNCZIK, ZIPFEL 2002a, S. 19; e) NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1977): *Das doppelte Meinungsklima*. In: *Politische Vierteljahresschrift* 18/1877, S. 408-451; sowie NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1982): *Der Einfluß des Fernsehens auf die Wahlentscheidung*. In: *Media Perspektiven* 10/1982, S. 609-617; beide dargestellt in SCHÖNBACH 1983, S. 462; f) NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1973): *Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt*. In: *Publizistik* 1/1973, S. 26-55; sowie: NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1979): *Massenmedien und sozialer Wandel – Methodenkombination in der Wirkungsforschung*. In: *Zeitschrift für Soziologie* 8/1979, S. 164-182; beide dargestellt in BURKART 2002, S. 217 f.; g) MCGUIRE, WILLIAM J. (1969): *The Nature of Attitudes and Attitude Change*. In: LINDZEY, GARDNER; ARONSON, ELLIOT [Hrsg.]: *The Handbook of Social Psychology*. Band III: *The Individual in a Social Context*. 2. Auflage. Addison-Wesley Publishing Company, Reading: Massachusetts, S. 136-314; dargestellt in KUNCZIK, ZIPFEL 2001, S. 292; h) ENZENSBERGER, HANS MAGNUS (1988): *Mittelmaß und Wahn. Gesammelte Zerstreungen* (darin insb.: *Das Nullmedium oder warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind*, S. 98-103). Frankfurt a.M.: Suhrkamp; dargestellt in BURKART 1989.

können diese Arbeits-Hypothesen im Wesentlichen bestätigt werden. Die zentralen Ergebnisse lauten:

1. Fast allen Grundmodelle der Wirkungsforschung aber auch den meisten wichtigen Einzeltheorien ist ein (im Kern überwiegend recht simples) Kausalitätsdenken implizit.
2. Das gilt auch für den für den Nutzenansatz: Sein „Zweck-Mittel-Denken“ hat ein „Ursache-Wirkungs-Denken“ (mit Ursache Medium) nicht überwinden können. Und: Selbst komplexe Wirkungsmodelle wie das dynamisch-transaktionale Modell setzen (wenigstens implizit) voraus, dass Medien einen *wesentlichen* (!) Anteil am Wirkungsgefüge haben. Bedeutungskonstruktion, Interpretation und Selektion nämlich (also *die* Hauptkomponenten im (moderierenden) Rezipientenverhalten) sind auch in diesem Modell vernünftigerweise, immer an mediale Aussagen (Inhalt und Form) gebunden – ja wir können in gewisser Weise sagen, dass sie selbst schon konzeptionell *Resultate* von Wirkungen – von *Medien*-Wirkungen (!) – sind.¹⁴ Zwar laufen die Prozesse in diesen Modellen (wie auch innerhalb der Theorien der Schweigespirale etc.) nicht mehr *nur* linear und einseitig ab, Kern des Ganzen aber bleibt genau diese Annahme. (Damit ist freilich nichts über tatsächliche, empirische Wirkungen gesagt, sondern nur die Konzeption angesprochen.) Das „Problem“ mit den psychologischen Rezipientenvariablen „Bedeutungskonstruktion“, „Interpretation“ und „Selektion“ ist, dass man sie im Gegensatz etwa zu den „klassischen“ intervenierenden Variablen konzeptionell überbewertet hat; doch auch sie sind im Grunde kaum mehr als solche „intervenierende Variablen“ – in komplexeren Wirkungsgefügen.
3. Erst der Konstruktivismus und m.E. die Systemtheorie konnten das Denken in Ursache und Wirkung überwinden. Beide erkenntnistheoretischen Alternativen sind (bislang) praktisch kaum brauchbar um dem Problem Wirkung gerecht zu werden. Ähnlich verhält es sich mit den wissenschaftstheoretischen Ansätzen und ihren Wirkungstheorien.
4. Eine ganze Reihe von theoretischen Argumenten spricht gegen die Thesen der absoluten und der relativen Wirkungslosigkeit.
5. Der Stand der Forschung legt unbedingt eine Definition von Wirkung als *Wirkungspotentiale inhaltlicher und formaler Aspekte medialer Aussagen* nahe (s.o.). Wir können etwas verkürzt festhalten: Medien wirken; Medienwirkung ist kausal beschreibbar; kausale Ursache-Wirkungsrelationen sind nur in Ausnahmefällen unilinear.
6. Entsprechend der Erkenntnisse aus der Diskussion lassen sich folgende (vorläufige) „Leitlinien“ für die Forschung insgesamt ableiten – sie bilden die Basis für spätere Überlegungen.
 1. Die Wirkungsforschung sollte in der Hauptstoßrichtung kritisch-rationalistisch ausgerichtet sein, denn Ansätze die sich als „brauchbar“ erwiesen haben, fußen allesamt auf einem Kau-

¹⁴ Ähnlich argumentiert auch SCHENK (vgl. DERS. 2002, S. 631).

salmmodell, für dessen Prüfung die kritisch-rationalistische Wissenschaftsauffassung das bislang beste Programm bietet.

2. Hier bietet sich (s.o.) eine empirische, quantitative Methodik an.
3. Um dem Wirkungs-„Beweis“ so nah wie möglich zu kommen, sind Experiment und – je nach Fragestellung – auch Mehrmethoden-Ansätze vorzuziehen.
4. Dennoch sollte die Wirkungsforschung da) weder hermeneutische Methoden, noch db) Konzepte aus Disziplinen, die nicht kritisch-rationalistisch ausgerichtet sind oder dc) qualitative Methoden a priori ausschließen: eine Untersuchung PERRIGs und Überlegungen zur hermeneutischen Methodik – Stichworte: „Bedeutungen“ für den Rezipienten, Ganzheit/Komplexität der medialen Aussage – liefern erste Argumente für die Brauchbarkeit solcher Ansätze. (Näheres s.u.)
5. Die Wirkungsforschung sollte ferner theoriegeleitet arbeiten (s.o.),
6. Wirkungs- und Nutzungsforschung integrieren¹⁵, und entsprechend Wirkung konzipieren als „Wirkungspotentiale medialer Aussage“.

Es wird argumentiert, dass diese auf die Erforschung der Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen angewandt werden können.

3.2. Zweiter Teil: Form und Wirkung

3.2.1. Vorüberlegungen, Zielsetzung, Vorgehensweise

Ausgehend von der Frage „Wodurch wirken Medien?“ wird die These aufgestellt, dass die zu beobachtende zunehmend differenzierte Betrachtung des Rezipienten und der „intervenierende Variablen“ auf Rezipientenseite (einschließlich situativer Bedingungen) zwar die Entwicklung komplexerer Wirkungsmodelle ermöglicht hat, dass die damit einhergehende Fokussierung auf den Rezipienten aber zugleich Variablen auf Stimulusseite in den Hintergrund der Überlegungen hat treten lassen. Stimuli, Kommunikate, mediale Aussagen wurden und werden (zur Hypothese s.u.) v.a. als Inhaltsträger, als Übermittler inhaltlicher Botschaften (z.B.: „Thema“, „Information“, „major topics“, „Idee“) konzipiert.

Auf Basis der Kritik an diesem Vorgehen (s.o.) werden zwei Axiome aufgestellt:

a) *Axiom der „Reinen-Form-Wirkungen“*

¹⁵ Das Auseinanderdriften der entsprechenden Forschungsfelder kann nicht sinnvoll sein (vgl. auch HALFF 1998, S. 32 f. sowie SCHENK 2002, S. 690).

Einzelne formale Elemente medialer Aussagen besitzen eigene, vom Inhalt autonome, also inhaltsunabhängige Wirkungen bzw. Wirkungspotentiale. Solche Wirkungen/Wirkungspotentiale werden als „Reine-Form-Wirkung“ bezeichnet werden.

b) *Axiom der „Wechselseitigkeits-Wirkungen“ von Form und Inhalt:*

Zwischen formalen und inhaltlichen Elementen einer medialen Aussage bestehen (m.E. auch über die Modalitäten Text, Ton, Bild hinweg) grundsätzliche Wechselbeziehungen, die insgesamt, als „Konglomerat“, auf den Rezipienten wirken bzw. Wirkungspotentiale haben. Sie werden als „Wechselseitigkeits-Wirkungen“ bezeichnet.

Es wird im Sinne der eingangs aufgestellten These wie folgt argumentiert:

Können diese Axiome eine gewisse Generalisierbarkeit für sich in Anspruch nehmen – d.h. haben formale Element medialer Aussagen (wenigstens einige von ihnen), wenigstens potentiell inhaltsunabhängige Wirkungen und stehen sie zudem in (vielleicht grundsätzlicher) Wechselbeziehung mit inhaltlichen Elementen, so dürfte schnell deutlich werden, dass eine inhaltszentrierte Forschung problematisch sein *muss*. Denn:

1.

Reduziert man innerhalb einer Medienwirkungstheorie oder (m.E. s.u.) forschungspraktischer Fragen den Stimulus auf seine inhaltlichen Elemente, so hat man ihn – Wirkungen formaler Elemente vorausgesetzt –, wenigstens was seine *gesamte* Wirkungsdimension angeht, gewissermaßen konzeptionell „halbiert“¹⁶. Das ist für die Forschungspraxis nun nicht nur insofern problematisch, als dass etwaige *Reine-Form-Wirkungen* und *Wechselseitigkeits-Wirkungen* im Dunkeln bleiben dürften; es besteht auch die prinzipielle Gefahr, dass Theorie oder Beobachtung bzw. Ursachenzuschreibungen pauschal, ungenau, ja ggf. sogar falsch ausfallen können: Wir wissen mitunter nicht, welches Element da eigentlich gewirkt haben könnte, verdächtigen den Inhalt (z.B. „Gewalt“) pauschal, wobei mithin die Form, die formale Art der Umsetzung dieses Inhalts entscheidend ist.

Inkonsistenzen oder gar Unvereinbarkeiten in den Ergebnissen vergleichbarer Studien könnten wenigstens prinzipiell auch auf solche Falschzuschreibung, letztlich also auf diese „Halbierung“ des Kommunikats zurückzuführen sein.

2.

¹⁶ Das soll freilich nicht behauptet sein, dass jedem Aspekt (Form und Inhalt) je „die Hälfte“ der Wirkungsdimensionen oder die „halbe Wirkungsstärke“ zuzuschreiben ist. Gemeint ist lediglich, dass es zwei wirkungsrelevante Dimensionen einer medialen Aussage gibt.

Das gleiche gilt im Wesentlichen, wenn wir – wie in der Wirkungsforschung üblich – pauschale *Aggregationen* medialer Aussagen schaffen (üblicherweise „Information“, „major topics“ etc. s.o.). Mögen mediale Aussagen auch u.U. und *im Einzelfall*, also bezogen auf spezifische Wirkungsannahmen *ausschließlich* über ihre *Inhalte* wirksam werden, bzw. Wirkungspotentiale entwickeln, so sollte man doch zumindest prüfen, inwiefern diese „Inhaltswirkungen“ nicht auch ggf. durch Wechselbeziehungen mit den formalen Elementen zustande kommen: Es dürfte a) auf der Hand liegen, dass die Art der Darstellung (m.E. modalitätenübergreifend; etwa im argumentativer Bau) die inhaltliche Botschaft entscheidend mitbestimmen kann (*Wechselseitigkeits-Wirkungen*); auch konnte b) gezeigt werden, dass rein formale Elemente (in Film und Fernsehen) mithin selbst inhaltliche Aussagen treffen können. Diese Prüfung aber wird nicht stattfinden – die Forschung hat das oft bewiesen –, wenn sich dem Stimulus nur bezogen auf seine Inhalte genähert, wenn nur aus Inhalten aggregiert wird.

Aus diesen Überlegungen wird folgende Arbeits-Hypothese abgeleitet:

Solange die formalen Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen nicht eine adäquate¹⁷ Beachtung in Theoriebildung und Forschungspraxis erfahren, solange rauben sich a) die bestehenden middle-range-Theorien der Wirkungsforschung *potentiell* eine Menge an Erklärungskraft; besteht b) grundsätzlich die Gefahr, dass empirische Ursachenzuschreibungen verkürzt, ja ggf. falsch ausfallen können; muss c) eine hypothetische (!) universale Medienwirkungstheorie kritisch-rationalistischer Prägung schon *notwendigerweise* unerreichbares Ziel bleiben.

Diese erste Arbeits-Hypothese stellt in gewisser Weise eine „Radikalisierung“ und Weiterführung der bestehenden Kritik dar. Sie gibt Anlass die Wirkungsforschung unter einem Lichte zu betrachten, unter dem sie, nach meinem Kenntnisstand so bislang nicht, jedenfalls nicht umfassend, betrachtet wurde. Trotz der weit verbreiteten Forderungen nach mehr Forschung im Bereich der formalen Elemente medialer Aussagen hat man nicht den Versuch unternommen, auch *bestehende* Ansätze dahingehend zu untersuchen, welcher Gewinn sich daraus ergeben könnte, dass man Wirkungen/Wirkungspotentiale vorab generell, also für alle Wirkungstheorien, als solche von Form *und* Inhalt konzipiert. Dies ist eines der Ziele der Arbeit in diesem Punkt der Ausführungen (Analyse, Diskussion und Evaluation, zweiter Teil). Ausgehend von Überle-

¹⁷ Was „adäquat“ in diesem Zusammenhang bedeutet, kann freilich erst entschieden werden, wenn Umfang und Art der jeweiligen Wirkungsdimensionen von Form einerseits und Inhalt andererseits geklärt sind.

gungen zur „besonderen“ Wirksamkeit formaler Elemente medialer Aussagen (s.o.; STURM u.a.) wird folgende zweite Arbeits-Hypothese aufgestellt:

Film und Fernsehen wirken auf *personaler Ebene* weniger durch ihre spezifischen Inhalte als vielmehr a) durch die medienspezifische formale Darstellung dieser Inhalte sowie b) durch einzelne formale Gestaltungsmittel.

Bestätigt sich diese Hypothese, so haben wir (s.o.) ein weiteres starkes Argument für die, hier erstmals in Ansätzen vollzogene, Neu-Konzeption bestehender Wirkungstheorien.

In diesem zweiten Teil wird wie folgt vorgegangen:

Auf Basis o.g. Arbeits-Hypothesen und zwei weiterer „Analyse-Hypothesen“ („Inhaltszentriertheit“ (Analyse-Hypothese 1) und „besondere Wirksamkeit formaler Elemente in Film und Fernsehen“ (Analyse-Hypothese 2; vgl. auch Arbeits-Hypothese 2)) werden zunächst die Hauptströmungen der Wirkungsforschung nach ihren „Stimuluskonzeptionen“ untersucht und erste Anknüpfungspunkte bzw. Vorschläge für die Forschung entwickelt (Teil 1). Es folgt eine Diskussion der Analyseergebnisse und eine zusammenfassende Prüfung der vier Hypothesen – hier werden allgemeine Konsequenzen für die Forschung abgeleitet (Teil 2). Schließlich wird die „Brauchbarkeit“ von Forschungsprogrammen, Wirkungsmodellen, Theorien und Methoden für die Erforschung formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen auf Basis der im ersten Teil entwickelten „Leitlinien“ evaluiert (Teil 3).

Zu den „Hauptströmungen“ zählen im wesentlichen die Forschungsrichtungen:

- Meinungsführer, Diffusions- und Innovationsstudien
- Persuasionsforschung und Glaubwürdigkeit der Medien
- Forschung auf Basis konsistenztheoretischer Ansätze, der Komplexitätstheorie und des Information-Processing-Ansatzes
- Langfristiger Einstellungswandel
- Emotionale und kognitive Wirkungen
- Agenda-Setting-Ansatz
- Wissensklufthypothese
- Schweigespirale
- Kultivierungsanalyse/Kultivierungshypothese

Gemäß den Arbeits-Hypothesen in diesem Punkt wird eine vorläufige (später bestätigte) Modifikation der „Leitlinien“ in Punkt 6) vorgenommen – sie wurde oben schon angesprochen: Wirkung sollte entsprechend konzipieren werden als: „Wirkungspotentiale *inhaltlicher und formaler Aspekte* medialer Aussage“.

3.2.2. Ergebnisse der Analyse

Anm.: Das gesamte Spektrum der Untersuchung zu den „Stimuluskonzeptionen“ und die daraus abgeleiteten „Vorschläge für die Forschung“ ist im Rahmen dieses Forschungsberichts schon aus Gründen des Umfangs nicht darstellbar. Ich werde mich deshalb nur zwei kurze Beispiele geben und mich darüber hinaus auf ein paar kurze zusammenfassende Bemerkungen beschränken.

Analyse-Hypothesen:

Es konnte insgesamt gezeigt werden, dass die Wirkungsforschung überwiegend als „inhaltszentriert“ zu bezeichnen ist: Stimuli wurden *v.a.* als Träger/Übermittler inhaltlicher Botschaften, Aussagen oder Informationen konzipiert – das gilt sowohl für die Theoriebildung, als auch für die praktische Forschung, medienübergreifend¹⁸ sowie bezüglich der überwiegenden Mehrzahl spezifischen Wirkungshypothesen. „Wirkung“ meint also bisher überwiegend Wirkungen oder (je nach Standpunkt) Wirkungspotentiale der *Inhalte* medialer Aussagen. Analyse-Hypothese 1 kann damit als bestätigt gelten.

Auch wenn eine systematische Erforschung weitgehend fehlt und viele Arbeiten isoliert dastehen, so konnten ferner gezeigt werden, dass *v.a.* im Bereich der emotionalen und kognitiven Wirkungen einzelner filmischer/fernsehtypischer Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen Befunde vorliegen, die als ausgesprochen zuverlässig und gut repliziert gelten können. *V.a.* was die psycho-physiologische Erregung (durch Schnitte, Schwenks, Zoom, dramaturgische Mittel) oder die kognitive Verarbeitung anbelangt (durch „filmische Bebilderung“, häufige Schnitte und Einstellungswechsel, Wiederholungen und Pausen) liegen Befunde vor, die als sehr zuverlässig gelten können. Analyse-Hypothese 2 ist damit – wenigstens für diese Wirkungskomplexe und Medien – bestätigt.

¹⁸ Im Bereich Film und Fernsehen ist die Lage insgesamt sogar mit Abstand noch am Besten – zu diesem Ergebnis kommt jedenfalls SCHENK (vgl. DERS. 2002, S. 116).

Problemhorizont und Arbeits-Hypothesen:

Sieht man sich nun die in der Arbeit ausführlich vorgestellten empirischen Befunde insgesamt an, und fragt nach der Reichweite dieser Erkenntnisse, so können wir für die Medien Film und Fernsehen attestieren, dass deren Wirkungspotentiale vermutlich sogar *beträchtlich* von ihren formalen Gestaltungsmitteln und Darstellungsweisen abhängig sind:

Formale Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen haben nicht nur Wirkungen etwa auf die physiologische Erregung und Emotionalisierung von Inhalten, sie können kognitiv hemmend oder unterstützend wirken und tragen vermutlich *wesentlich* zur persuasiven Kraft (Glaubwürdigkeit, Objektivität, Neutralität etc.) solcher Kommunikate bei – und zwar sowohl im Sinne „Reiner-Form-Wirkungen“, als auch im Sinne von „Wechselseitigkeits-Wirkungen“. Folgt man darüber hinaus den Überlegungen, aus denen die „Vorschläge für die Forschung“ entwickelt wurden, so scheint es schlüssig, dass sie darüber hinaus Auswirkungen haben dürften auf die selektive Wahrnehmung und die emotionale Involvierung, dass sie ggf. langfristige Einstellungswandel befördern und zur Bildung von Schemata bzw. Cognitive Maps beitragen, einen Beitrag zur wachsenden Wissenskluft leisten und schließlich zur Kultivierung von Vorstellungen über die Realität beitragen könnten.

Wir können also festhalten, dass formale Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen einen Grundstein legen für das Verstehen, Behalten und emotionale Erleben spezifischer Inhalt – sie bestimmen *wesentlich* den emotionalen und kognitiven Zugang zu den Medien Film und Fernsehen. STURMS implizite These der besonderen Wirksamkeit solcher Elemente und damit die daraus abgeleitete und weiterentwickelte Arbeits-Hypothese 2 kann also ebenfalls nicht als *restlos* bestätigt gelten, allerdings haben wir eine Reihe von Indizien, dass es sich mit Film und Fernsehen eben so verhält: sie wirken *wesentlich* über ihre Formalspezifika – das zeigen auch neuere in der Magisterarbeit vorgestellte Befunde, wie die von ZEITNER et al. oder GRIMM.

Schließlich konnte – das war, neben dem Nachweis und der Problematisierung der Inhaltszentriertheit der Wirkungsforschung, das eigentliche Hauptanliegen der vorgelegten Arbeit – schließlich konnte also nicht nur gezeigt werden, *dass* und *wo* die Wirkungsforschung von der Erforschung formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen enorm profitiert hat, sondern auch wie und wo sie es ggf. *weiterhin* könnte („Vorschläge für die Forschung“/„Anknüpfungspunkte“).

Natürlich konnten in der Arbeit längst nicht alle denkbaren Anknüpfungspunkte herausgearbeitet werden; eine grundlegende Konzeption von Wirkung als „Wirkungspotentiale *inhaltlicher und formaler Elemente* medialer Aussagen“ sollte aber auch künftig einiges an Erkenntnisgewinn für Wirkungsforschung abwerfen und zur Präzisierung der Wirkungstheorien dienen, denn: wir können wohl wenigstens für einige Wirkungsannahmen davon ausgehen, dass sie durch eine solche Vorab-Konzeption von Wirkung einiges an Erklärungskraft gewinnen könnten.

Auch Arbeits-Hypothese 1 ist damit freilich nicht restlos bestätigt, sie hat sich aber als *Arbeits-Hypothese* im wörtlichen Sinn bewährt und dürfte das, sofern man ihr folgt und generell nach Wirkungspotentialen formaler Elemente medialer Aussagen Ausschau hält, auch weiterhin tun. Die theoretischen Ansätze der Wirkungsforschung und die Forschungspraxis können davon nur profitieren.

Zur Konkretisierung dieser Ausführungen zwei verkürzt dargestellte Beispiel aus den „Vorschlägen“:

1. Forschung auf Basis konsistenztheoretischer Ansätze, der Komplexitätstheorie und des Information-Processing-Ansatzes:

Konsistenztheoretische Annahmen – v.a. FESTINGERS Theorie – konnten durch die Überprüfung der Wirkungen formaler Mittel präzisiert/relativiert werden. Hier ist besonders bezogen auf Film und Fernsehen allerdings noch einiges an Fortschritt denkbar – eine entsprechende Studie für diese Medien fehlt nach meinem Kenntnisstand bis heute. Welche Anknüpfungspunkte bieten sich an?

Annahmen und Befunde zur selektive Zuwendung, Wahrnehmung und Erinnerung könnten in dieser Frage wohl v.a. mit Befunden aus der wahrnehmungspsychologisch bzw. kognitionspsychologisch orientierten Erforschung der Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen in Verbindung gebracht werden: Im Bereich Film- und Fernsehforschung liegen z.B. einige Befunde vor, die zeigen, dass die Komplexität der optischen Gestaltung, Bewegung vor der Kamera oder Schnitte stark *aufmerksamkeitsauslösende* Wirkungen haben können. (Eine ausführliche Darlegung der Befunde und Erläuterungen an anderer Stelle in der Arbeit).

Aufschlussreich wäre es hier zu klären, inwieweit a) der Prozess der *selektiven Zuwendung* (z.B. Zapping) oder b) der Prozess der *selektiven Wahrnehmung* (Informationen im konkreter Fernsehsendungen, Film) auf Grund von Konsonanz- bzw. Dissonanzempfindungen stattfindet, oder *ob* und wenn ja *wie* solche Prozesse mit einer etwaigen „Aufmerksamkeitslenkung“ durch die nachgewiesene Aufmerksamkeitsauslösung ver-

mittels formaler Elemente konkurrieren. Generell gefragt: Welche film- und fernsehspezifischen Darstellungsweisen vermögen ggf. selektives Verhalten aufgrund von Konsonanz/Dissonanz überwinden? Und: Wie wirken sich in diesem unterstellten „Machtkampf“ Rezipientenvariablen der Aufnahmekapazitäten aus? Gerade Film und Fernsehen dürften, das legt der Stand der Forschung zur psycho-physiologischen Erregung nahe, über die aufmerksamkeitsauslösende Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen einiges an Potentialen haben, um selektives Verhalten des Rezipienten zu überwinden, *selbst* selektive Zuwendung, Aufmerksamkeit und Verarbeitung zu steuern. Ein Abgleich mit den Befunden zur „Involvierung“ dürfte hier notwendig sein.

2.) *Theorie der Schweigespirale:*

Aus einigen – hier des Umfangs wegen nicht ausführlich darstellbaren – Befunden und Überlegungen STURMS lässt sich die Frage ableiten, ob „innere Verbalisierungen“ im Sinne der Entwicklung eines „Meinungsklimas“ den Prozess der Schweigespirale stützen oder konterkarieren könnten. Wird das Meinungsklima entsprechend der Annahme NOELLE-NEUMANNs bestimmt, oder ist (ggf. v.a.) das Fernsehen in der Lage, rein durch Wiederholung seiner typischen Darstellungsweisen, ein Meinungsklima zu verändern, zu entwickeln? Zwei Überlegungen:

a) Akteure, die *häufig* gesehen werden, könnten – die genannten Befunden von STURM legen diese Vermutung nahe – schon wegen der Wiederholung dieser typischen formalen Darstellungsweisen des Fernsehens und der mit ihnen einhergehenden Negativwirkung auf die Empfindung dieser Personen in stärkerem Umfang „Opfer“ von Negativ-Bewertungen werden. Solche Effekte könnten aa) in Bezug auf die Schweigespirale, aber auch ab) in Bezug auf etwaige Politik-*Schemata*, eines „Kognitionszyklusses“ und ac) ein mögliches Nichtwählerverhalten relevant werden; auch ad) die These der *videomalise* dürfte in diesem Zusammenhang neu zu überdenken sein.

b) Themen, die oft präsentiert werden – wie z.B. gesellschaftliche Schieflagen, Themen, die eine quasi-pädagogische Absicht verfolgen –, könnten ggf. ebenfalls rein oder z.T. durch die Wiederholung ihrer *typischer Präsentationsweisen* verstärkt (!) Opfer von Negativ-Bewertungen werden, was sich ggf. auf die intendierte Absicht (Aufklärung, Problembewusstsein) auswirken könnte.

Aufschlussreich wäre insgesamt zu prüfen, a) wie sich durch eine Veränderung der Darstellungsweisen – etwa im Sinne STURMs „rezipientenfreundlicher Dramaturgie“ (Pausen, langsame Darbietung, klare Wort-Bild-Beziehungen) – solche etwaige Bewertungsverläufe veränderten, b) ob und wenn ja wie sich dies langfristig auswirkt; sowie c) wie sich die von der Autorin im Labor gemessene zunehmende „depressive Verstumm-

„mung“ durch Unangenehm-Empfindungen auswirken könnte auf die Bereitschaft auch öffentlich (z.B. in den Bezugsgruppen) zu reden.

Das Spektrum im Rahmen der „Vorschläge“, das sei abschließend bemerkt, reicht von der konkreten Forschungsfragestellung über Vorschläge für neue theoretische Ansätze bis hin zur Neu-Konzeption einzelner Wirkungstheorien. Fast alle diskutierten Forschungsrichtungen bieten entsprechende Anknüpfungspunkte.

3.2.3. Weitere Überlegungen aus der Diskussion

Aus den oben angedeuteten Einschränkungen der Hypothesen ergeben sich weitere Vorschläge für die Forschung.

So liegt beispielshalber nahe, dass es unterschiedliche „Form-Rezeptions-Typen“ geben könnte. Indizien für diese Annahmen liefern a) die *visual-literacy-Forschung*¹⁹, b) Befunde, wonach das Verstehen oder „Lesen“ von filmischen Kommunikaten erlernt werden muss, sowie c) eine Überlegung, die sich aus den Ausführungen MIKOS²⁰ ableiten lassen: demnach ist anzunehmen, dass z.B. Personen mit entsprechender Vorbildung (*visual literacy* oder *aesthetic literacy*²¹) und/oder schlicht naivem Interesse an i.w.S. „Bildsprache“ oder „Filmsprache“²² mithin stärker auf gestalterische Elemente bei der Filmbetrachtung achten, als solche, die diese Interessenslage und/oder Vorbildung nicht haben. Aus der Gewaltwirkungsforschung (hier: FRÜH 1995²³) ist nun bekannt, dass die *bewusste* Wahrnehmung bestimmter Inhalte die Wirkung derselben beeinflussen kann. Solche Zusammenhänge (bewusste Wahrnehmung und Wirkung) könnten auch für die Wirkungen formalen Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen gelten. Neben biologischen bzw. entwicklungspsychologischen und charakterologischen Ursachen für Divergenzen in den kognitiven und emotionalen Wirkungen dieser Elemente (d.i. z.B. Alter, „Intelligenzstadien“, Extraversion und Introvertiertheit) auf die allen voran STURM

¹⁹ Danach muss, grob zusammengefasst, die „visuelle Lesefähigkeit“ oder „visuelle Kompetenz“ erlernt werden (vgl. KO HOANG 2000, S. 1).

²⁰ Vgl. z.B. MIKOS 1998c.

²¹ Vgl. KO HOANG 2000, S. 9.

²² Die Begriffsbestimmungen werden hier bewusst offen gelassen; ich beziehe mich damit auf Begrifflichkeiten, wie sie vom „interessierten Laien“ in einer naiven d.i. un- bzw. vor-wissenschaftlichen Hinwendung zu den Gestaltungsmitteln von Film und Fernsehen verwendet werden könnten. Auf das wissenschaftliche Problem mit dem Begriff wurde hingewiesen.

²³ Vgl. FRÜH, WERNER (1995): Die Rezeption von Fernsehgewalt. In: Media Perspektiven, 4/1995. S. 172 ff.; hier zit. n. KUNCZIK 1987a, S. 58.

verwiesen hat,²⁴ dürfte auch das Bewusstsein für solche Mittel oder der erlernte Umgang mit ihnen wirkungsmoderierend/-relativierend sein.

3.2.3. Ergebnisse der Evaluation

3.2.3.1. Grundlegende Wirkungsmodelle und Forschungsprogramme

Unter den zwei vorselektierten grundlegenden Wirkungsmodellen und Forschungsprogrammen rezipientenorientierter Ansatz und dynamisch-transaktionales Modell (diese beiden Ansätze sind u.a. was eine Integration von Wirkungs- und Nutzenperspektive anbelangt die am weitesten entwickelten Modell in der Medienwirkungsforschung), erweist sich ersteres insgesamt sowohl als Rahmenprogramm für die praktische Forschung *und* – m.E. allerdings – als theoretischen Bezugsrahmen (Modell) für die praktische Wirkungsforschung auf personaler Ebene. Dabei sollte aber Ziel der Forschung auf Basis dieses Ansatzes sein, den selben als Wirkungsmodell zu erweitern, zu spezifizieren – wenn man so will: zu überwinden. Zur Erläuterung:

a) Der rezipientenorientierter Ansatz erfüllt im Sinne eines Forschungsprogramms prinzipiell (in der bisherigen Anwendung m.E.) praktisch alle in Kapitel I. und II. entwickelten „Leitkriterien“: Er fordert *und ermöglicht* (!) aa) eine (praktische) Integration von Wirkungs- und Nutzungsperspektive. Gleiches gilt prinzipiell (wenn auch bislang kaum geschehen) ab) für Integration hermeneutischer Ansätze und qualitativer Methoden.²⁵ Ferner basiert der Ansatz auf psychologischen Grundprämissen, die ac) eine empirische Prüfung der angenommenen Wirkungsprozesse möglich machen, ad) Mehrmethodenansätze erlauben und ae) ein kritisch-rationalistisches Wissenschaftsprogramm mit qualitativen Ansätzen als Schwerpunkt der Methodik fordern; er ist „offen“ für praktisch alle sinnvollen erfahrungswissenschaftlich-psychologischen Theoreme (auch wenn STURM den Ansatz primär aus einer entwicklungspsychologischen Perspektive entwickelt²⁶); schließlich weist der Ansatz – für die Arbeit besonders zentral – af) auf die Notwendigkeit der Differenzierung nach Form und Inhalt auf Stimulusseite hin und bietet hier Anknüpfungspunkte.

²⁴ Vgl. im Einzelnen STURM 2000, S. 62 ff., S. 69, S. 93, S. 129.

²⁵ Auch wenn STURM freilich qualitative Auswertungen ihrer quantitativen Befunde vollzogen hat.

²⁶ Vgl. ausführlich etwa STURM 2000 sowie DIES. 1987, S. 34 f.

b) Was den rezipientenorientierten Ansatzes als Wirkungsmodell anbelangt, so kann attestiert werden, dass er – etwa im Vergleich zum dynamisch-transaktionalen Modell – theoretisch/konzeptionell die Frage der Wechselbeziehungen mithin relevanter Faktoren aus Nutzungs- und Wirkungsperspektive trotz seiner „Mittlerstellung“²⁷ nur sehr grob „beantwortet“, „beantworten“ will. Er liefert im Grunde ein theoretisch relativ wenig differenziertes Basismodell von Wirkungs-Prozessen und impliziert keine konkreten Thesen über Abläufe oder gar Verhältnismäßigkeiten zwischen Stimulation, Motivierung oder Anregung einerseits und Interpretation, Selektion oder Involvement andererseits. Genau das macht ihn zwar wiederum forschungspraktisch (z.B. zur Exploration) gut brauchbar, zugleich aber ist der Ansatz deshalb im Sinne eines theoretischen Fortschritts, eher „schwachbrüstig“: STURM argumentiert sehr allgemein, wenn sie beispielshalber von „Außenreizen“ spricht, die „höchst unterschiedliche Aktionen und Reaktionen“ hervorrufen, zu „Anpassungs- und Abwehrstrategien“ führen.²⁸ Welche wirkungsrelevanten Faktoren (Rezipientenvariablen oder Stimulusvariablen) aber wie gewichtet werden müssen, wie sie sich gegenseitig beeinflussen etc., lässt das Modell weitgehend offen.

Ein weiteres theoretisches „Manko“ könnte künftig in der starken Beziehung des Ansatzes zur Entwicklungspsychologie liegen²⁹. Wegen der Offenheit des Ansatzes, dürfte diese aber, so sie sich als hinderlich herausstellt, gut zu überwinden sein.

3.2.3.2. Spezifische Wirkungstheorien, die Nutzungsperspektive, „Grundlagentheorien“, alternative methodische und theoretische Ansätze

Was die Brauchbarkeit von „Grundlagentheorien“ bzw. „Wirkungs-“ und „Nutzungstheorien“ anbelangt, so erweist sich der Rückgriff auf die Psychologie als der bislang vielversprechendste: Die Disziplinen der *erfahrungswissenschaftlichen* Psychologie haben hier bislang das umfangreichste und am weitesten entwickelte Set an Verfahren und Theorien entwickelt, um solch individuelle (personale) Prozesse zu beschreiben und zu prüfen – (in Begriffen etwa: Interpretation, Selektion, „Involvement“, „Abwehrstrate-

²⁷ Vgl. STURM 2000, S. 53.

²⁸ Vgl. etwa STURM 2000, S. 30 f.; STURM, HERTHA (1991): Fernsehdiakate. Die Veränderung von Gedanken und Gefühlen. Ergebnisse und Folgerungen für eine rezipientenorientierte Mediendramaturgie. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung; hier zit. n. SCHENK 2002, S. 46 f. sowie STURM 1987, S. 34.

²⁹ Vgl. ausführlich: STURM 2000, S. 52; sowie S. 58 ff.

gien“ udg.). (Auf die konzeptionellen Schwächen der anderen diskutierten Ansätze kann hier aus Gründen des Umfangs nicht weiter eingegangen werden.)

Ingesamt wird in der Arbeit die Brauchbarkeit psychologischer Forschung a) im Bereich der nonverbalen Kommunikation ermittelt, b) gegen eine Verkürzung auf kognitive Prozesse argumentiert, c) für eine notwendigerweise stärkerer Erforschung der motivationalen Wirkungspotentiale formaler (und inhaltlicher) Elemente plädiert, d) die Evolutionspsychologie als „Ideengeber“ vorgeschlagen und schließlich e) Möglichkeiten und Grenzen der entwicklungspsychologische Perspektive, in Zusammenhang mit einer pädagogischen oder allgemein einer kognitiven Forschung erörtert (Stichworte: „Lehrfilme“, „habitualisierte Mediennutzung“ und „mentaler Aufwand“).

3.2.3.3. Methoden: Analyseverfahren

Im Rahmen einer allgemeine Diskussion zu Möglichkeiten und Grenzen von „Inhalts-“ und „Filmanalyse“ zur Erforschung von Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen kann schließlich gezeigt werden, dass sich besonders die *qualitativen* „Filmanalyse“ anbietet, eine – im Sinne der „Leitkriterien“ – wünschenswerte Integration hermeneutischer bzw. qualitativer Methoden und Konzepte aus Disziplinen, die nicht kritisch-rationalistisch ausgerichtet sind, zu leisten. Es wird argumentiert, dass dies gelingen kann, wenn Methode und Fragestellungen *nicht* wie üblich zur Basis von allgemeinen Interpretationen gemacht, mit ihr nach „Messages“ oder „Botschaften“³⁰ gesucht wird, sondern indem man versucht, die angenommenen/aufgefundenen „Bedeutungen“ zu isolieren und nachher durch experimentelle Prüfung zu klären, inwieweit solche „Bedeutungen“ auch für den Rezipienten/die Rezeption eine Rolle spielen. Mit dieser Methode könnte einem allzu verengten positivistischen Forschen vorgebeugt werden. Die Arbeit stellt einige Untersuchungen vor, die zeigen, dass eine Erweiterung in diesem Sinne auch für die Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen nur gewinnbringend sein kann.

³⁰ Vgl. MIKOS 1998c, S. 1.

4. ABSCHLIEßENDE BEMERKUNG

Ziel der vorgelegten Magisterarbeit war es u.a., die theoretischen Grundlagen des Problemkomplexes „Form und Wirkung“ bezogen auf die Erforschung der Wirkungen formaler Gestaltungsmittel und Darstellungsweisen von Film und Fernsehen zu erörtern und eine dringend (!) notwendig allgemeine Problematisierung bezogen auf die Wirkungsforschung insgesamt (ihre Theorien, Modelle und ihre Forschungspraxis) zu vollziehen. Ferner wurden konkrete Vorschläge für eine forcierte Forschung in diesem Feld gemacht und, wo es nach vorausgegangenen theoretischen Betrachtungen sinnvoll erschien, bestehende Ansätze und Methoden bewertet.

Dabei bezogen sich die Vorschläge, Anregungen und Bewertungen auf teils *sehr konkrete* Forschungshypothesen und -fragen, auf die Brauchbarkeit und die Entwicklungsanforderungen von grundlegenden Wirkungsmodellen und Forschungsprogrammen, auf die Integration verschiedener Ansätze aus der Psychologie und anderen Wissenschaftsdisziplinen sowie qualitativ-hermeneutischen Methoden, Fragestellungen und Annahmen.

Hier – und im Rahmen der allgemeinen Problematisierung bzw. des übergeordneten Diskurses – hat sich gezeigt, dass es kaum einen Bereich der Wirkungsforschung gibt, der nicht von einer differenziertere Beachtung medialer Aussagen nach Form und Inhalt profitieren dürfte.³¹ Es kann wohl davon ausgegangen werden, dass dies nicht nur für Film und Fernsehen, sondern für alle Massenmedien gilt.

Wünschenswert wäre künftig eine *systematische* Forschung in diesem Feld. Nicht zuletzt um zu klären, *welche* Elemente medialer Aussagen, wann, in welcher Art und Weise wirkungsdominant sind. Aber auch ganz generell der hier vorgeschlagenen *Arbeits-*Hypothese 1 (aus: „Zweiter Teil: Form und Wirkung“) zu folgen, könnte *v.a.* in der Theoriebildung enorme Fortschritte mit sich bringen – es liegt nahe bestehende Ansätze in diesem Sinne noch umfangreicher als das hier möglich war einer kritischen Prüfung zu unterziehen. Was die Überlegungen in den „Vorschlägen für die Forschung“ anbelangt, so wäre wünschenswert, dass die eine oder andere hier entwickelte Hypothese und Anregung zur empirischen Prüfung verleitet.

³¹ Auch die „Qualitätsdebatte“ in der Kommunikationswissenschaft wäre dadurch wohl zu befruchten.

5. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

a.a.O.	am angegebenen Ort
Abb.	Abbildung
a.M.	am Main
Anm.	Anmerkung
Bd.	Band
Bed.	Bedingung
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa (zirka)
d.h.	das heißt
d.i.	das ist
d.V.	durch Verfasser
Ders.	derselbe
Dies.	dieselbe(n)
Diss.	Dissertation
ebd.	ebenda, ebendort
einschl.	einschließlich
et al.	et alii (und andere)
etc.	et cetera (und so weiter)
f./ff.	folgende (Seite/Seiten)
ggf.	gegebenenfalls
Hrsg./hrsg.	Herausgeber/herausgegeben
http	hypertext transfer protocol
i. Br.	im Breisgau
i.d.R.	in der Regel
inkl.	inklusive
insb.	insbesondere
insg.	insgesamt
i.w.S.	im weitesten Sinn
Jg.	Jahrgang
Kap.	Kapitel
m.a.W.	mit anderen Worten
m.E.	mit Einschränkungen
n.	nach
N.N.	nomen nominandum (der Name ist noch zu nennen; Verfasser unbekannt)
Nr.	Nummer
o.Ä.	oder Ähnliches
o.J.	ohne Jahresangabe
o.O.	ohne Ortsangabe
o.S.	ohne Seitenangabe
o.T.	ohne Titel
s.	siehe
S.	Seite
s.o.	siehe oben
s.u.	siehe unten
sog.	sogenannt
u.a.	unter anderem
u.a.m.	und andere mehr
urspr.	ursprünglich
u.U.	unter Umständen

usf.	und so fort
usw.	und so weiter
udg.	und der gleichen
v.a.	vor allem
Var.	Variable
vermutl.	vermutlich
vgl.	vergleiche
vs.	versus
WWW	World Wide Web
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil
zit.	zitiert

6. LITERATUR/QUELLEN

- ALBRECHT, GERD (1988): Vom Königsweg zum Marterpfad? – Soziologische Fragestellungen und Methoden der Filmanalyse. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 73-89.
- ASANGER, ROLAND; WENNINGER, GERD [Hrsg.] (1980): Handwörterbuch der Psychologie. Weinheim, Basel: Beltz.
- APPELDORN, WERNER VAN (1997): Handbuch der Film- und Fernsehproduktion. Psychologie – Gestaltung – Technik. TR-Verlagsunion: München
- ARGYLE, MICHAEL (2002): Körpersprache und Kommunikation. Paderborn: Junfermann-Verlag.
- AYAB, RUTH (1993): Auf der Suche nach dem verlorenen Zuschauer. In: HOLLY; PÜSCHEL (1993a), S. 27-41.
- BACHMAIR, BEN (1993): Tiefenstrukturen entdecken – Medienanalyse und Massenkommunikation. In: HOLLY; PÜSCHEL (1993a), S. 43-57.
- BAACKE, DIETER (1984): Faszination und Einbildungskraft. Für eine produktive Aneignung der Bilderwelt. In: Medien Praktisch 4/84, S. 4-5.
- BADER, RENATE (1993): Was ist Publizistische Qualität? Ein Annäherungsversuch am Beispiel Wissenschaftsjournalismus. In: BAMMÉ; KOTZMANN; RESCHENBERG (1993a), S. 17-39.
- BALLSTAEDT, STEFFEN-PETER (1977): Eine Inhaltsanalyse zum Fernsehjournalismus bei „heute“ und „Tagesschau“. In: Publizistik, Jg. 22 (1977), 1-4, S. 443-449.
- BALLSTAEDT, STEFFEN-PETER; MOLITOR, SYLVIE; MANDEL, HEINZ (1989): Wissen aus Text und Bild. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 105-133.
- BALLSTAEDT, STEFFEN-PETER (1990): Integrative Verarbeitung bei audiovisuellen Medien. In: BÖHME-DÜRR; EMIG; SEEL (1990), S. 185-196.
- BALZER, WOLFGANG (1997): Die Wissenschaft und ihre Methoden. Grundsätze der Wissenschaftstheorie. Ein Lehrbuch. Freiburg (i. Br.), München: Alber.
- BAMMÉ, ARNO; KOTZMANN, ERNST; RESCHENBERG, HASSO [Hrsg.] (1993a): Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München, Wien: Technik und Wissenschaftsforschung, Band 19. Profil Verlag GmbH.
- BAMMÉ, ARNO; KOTZMANN, ERNST; RESCHENBERG, HASSO (1993b): Qualität in der Publizistik. Ein Versuch, der Unschärfe Konturen zu geben. In: DIES. (1993a), S. 7-15.
- BAMMÉ, ARNO; KOTZMANN, ERNST (1993): Qualitätskontrolle in der universitären Lehre. In: BAMMÉ; KOTZMANN; RESCHENBERG (1993a), S. 41-49.
- BANDURA, ALBERT (1989): Die sozial-kognitive Theorie der Massenkommunikation. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 7-32.
- BAUER, HERBERT (1982): Psychophysiologische Methoden der Emotionsforschung. Der Anteil der Nerven an der Entstehung emotionaler Reaktionen. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 31- 42.
- BAUERHOCH, ANNETTE (1990): Alice in Wonderland. Feministische Filmtheorie – der Blick, die Schaulust und die weibliche Zuschauerin. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 26-34.
- BAUMGARTNER, MICHAEL; GRABHOFF GERD (o.J.): Kausalität und kausales Schließen. Einführungskurs. Hier zit. n. <http://www.philoscience.unibe.ch/lehre/event?id=15> [Stand: 29.04.2005].

- BENTE, GARY; FROMM, BETTINA (1997): Affektfernsehen: Motive, Angebotsweisen und Wirkungen. Opladen: Leske und Budrich.
- BESTE, DIETER (1993): Heute gut, und morgen noch gut genug? In: BAMMÉ; KOTZMAN; RESCHENBERG (1993a), S. 51-71.
- BIRBAUMER, NIELS; SCHMIDT, ROBERT F. (1999): Biologische Psychologie. Berlin u.a.: Springer.
- BOCK, MICHAEL (1990): Medienwirkungen aus psychologischer Sicht: Aufmerksamkeit und Interesse, Verstehen und Behalten, Emotionen und Einstellungen. In: MEUTSCH; FREUND (1990), S. 55-88.
- BÖHME-DÜRR, KARIN; EMIG, JÜRGEN; SEEL, NORBERT [Hrsg.] (1990): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München, London, New York, Paris: Saur.
- BOMMERT, HANKO; DIRKSMEIER, CHRISTEL; KLEYBÖCKER, RALF (2000): Differentielle Medienrezeption. Münster: Lit.
- BONFADELLI, HEINZ (2000): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven (Schriftenreihe Uni-Papers, Band 10). Konstanz: UVK Medien.
- BONFADELLI, HEINZ (2001): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur (Schriftenreihe Uni-Papers, Band 11). Konstanz: UVK Medien.
- BONFADELLI, HEINZ (2004a): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven (Schriftenreihe Uni-Papers, Band 10). Konstanz: UVK Medien.
- BONFADELLI, HEINZ (2004b): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen. Konstanz: UVK Medien. Hier zit. n. http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/bonfadelli_medieneffekte/bonfadelli_medieneffekte.pdf [Stand: 22.04.2005].
- BRAND, HORST W. (1982): Wahrnehmung. In: KAGELMANN; WENNINGER (1988), S. 233-239.
- BROSIUS, HANS-BERND (1990): Vermittlung von Informationen durch Fernsehnachrichten. Einfluß von Gestaltungsmerkmalen und Nachrichteninhalt. In: BÖHME-DÜRR; EMIG; SEEL (1990), S. 197-213.
- BROSIUS, HANS-BERND (1991): Schema-Theorie – Ein brauchbarer Ansatz für die Wirkungsforschung? In: Publizistik, 36, S. 285-297.
- BURDACH, KONRAD J. (1987): Psychophysik und Nachrichtenselektion: Medienforschung aus wahrnehmungspsychologischer Perspektive. In: GREWE-PARTSCH; GROEBEL (1987), S. 79-94.
- BURKART, ROLAND (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- BURKART, ROLAND (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- CHARLTON, MICHAEL (1993): Methoden der Erforschung von Medienaneignungsprozessen. In: HOLLY; PÜSCHEL (1993), S. 11-26.
- DEARING, JAMES W.; ROGERS, ESERETT (1996): Agenda-Setting. Thousand Oaks. London, New Delhi: Sage, S. 1-23.
- DETEL, WOLFGANG (2002): Einführung in die theoretische Philosophie. Kapitel 6. Bewusstsein. Online-Publikation: Johann-Wolfgang-Goethe-Universität, Frankfurt a.M. Online unter: <http://web.uni-frankfurt.de/fb08/PHIL/Detel/Unterver/Download/Einf-th-phil/d88-d97.pdf> [Stand: 07.05.2005].
- DIEKMANN, ANDREAS (1999): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen (Schriftenreihe: Rowohlt's Enzyklopädie. Hrsg. v. KÖNIG, BURGHARD). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.

- DOLL, JÖRG; HASEBRINK, UWE (1989): Zum Einfluß von Einstellungen auf die Auswahl von Fernsehsendungen. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 45-63.
- DONSBACH, WOLFGANG (1989): Selektive Zuwendung zu Medieninhalten. Einflußfaktoren auf die Auswahlentscheidungen der Rezipienten. In: KAASE, MAX; SCHULZ, WINFRIED [Hrsg.]: Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 392-405.
- DRINCK, BARBARA; EHRENSPECK, YVONNE; HACKENBERG, ACHIM; HEDENIGG, SILVIA; LENZEN, DIETER (2001): Von der Medienwirkungsbehauptung zur Medienrezeptionsforschung. Ein Vorschlag zur Analyse von Filmkommunikaten. In: Medien Pädagogik. Online-Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung 1 (2001). Zürich: Pädagogische Hochschule Zürich. Online unter: www.medienpaed.com/01-1/drinck1.pdf [Stand: 24.02.2005].
- FAULSTICH, WERNER (2002): Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen. München: UTB Wilhelm Fink Verlag.
- FAULSTICH, WERNER (1991): Medientheorien: Einführung und Überblick. Göttingen: Vandenhoeck und Rupprecht.
- FAULSTICH, WERNER (1988a): Kleine Geschichte der „Filmanalyse“ in Deutschland. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 9-19.
- FAULSTICH, WERNER; POGGEL, HOLGER (1988b): Computergestützte Filmanalyse: „CAFAS“. Ein EDV-Programm zur quantitativen Auswertung von Filmtranskripten. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 148-155.
- FESHBACH, NORMA DEITCH (1989): Fernsehen und Empathie bei Kindern. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 76-89.
- FESHBACH, SEYMOUR (1989): Fernsehen und antisoziales Verhalten. Perspektiven für Forschung und Gesellschaft. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 65-75.
- FINNEY, MARY J. (2002): The Role of Print and Video in Changing Science Misconceptions. In: Electronic Journal of Literacy through Science, Bd. 1, Nr. 2, 2002, o.S. Hier zit n. http://sweeney-hall.sjsu.edu/ejls/archives/language_development/finney.pdf [Stand: 05.05.2005].
- FISCHER, ANTON (1967): Die philosophischen Grundlagen der wissenschaftlichen Erkenntnis. Wien, New York: Springer.
- FRÜH, WERNER (2001): Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein integratives Paradigma für Medienrezeption und Medienwirkungen. In: RÖSSLER, PATRICK; HASEBRINK, UWE; JÄCKEL, MICHAEL [Hrsg.] (2001): Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung (Schriftenreihe: Angewandte Medienforschung, Band 17). München: R. Fischer, S. 11-34.
- GEISENFELD, GÜNTER; SANKE, PHILIPP (1988): Ein komfortabler Schreibstift für spezielle Aufgaben. Vorstellung des Filmprotokollierungssystems FILMPORT (Vers. 1.01). KORTE; FAULSTICH (1988), S. 135-146.
- GERHARDS, JÜRGEN; NEIDHARDT, FRIEDHELM (1993): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. In: LANGENBUCHER, WOLFGANG R. [Hrsg.] (1993): Politische Kommunikation. Grundlagen, Prozesse, Strukturen. Wien: Braumüller, S. 52-88.
- GÖPFERT, WINFRIED (1993): Publizistische Qualität. Ein Kriterienkatalog. In: BAMMÉ; KOTZMANN; RESCHENBERG (1993a), S. 99-109.
- GOTTBERG, JOACHIM VON (1995): Jugendschutz in den Medien. (Herausgegeben von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF): Berlin.
- GOTTWALD, ECKART (1986): Analyse eines Zeichentrickfilms am Beispiel des Films „Unser Garten“. In: Medien Praktisch 1 (1986); S. 14-17.
- GRABOWSKI-GELLERT, JOACHIM (1989): Seit die Bilder laufen lernten. Eine Literaturübersicht zum Thema Film und Psychologie. In: Medienpsychologie. Jg. 1 (1989), S. 95-119

- GRAEBE, HELMUT (1988): Information und Gestaltung. Untersuchung zur Wirkung visueller Gestaltungstechnik von Fernsehnachrichten. Opladen: Leske und Budrich
- GRABHOFF, GERD (2003): Entdeckung und Beweis. In: RUSTERHOLZ; MOSER (2003), S. 11-39.
- GREWE-PARTSCH, MARIANNE; GROEBEL, JO [Hrsg.] (1987): Mensch und Medien. Zum Stand von Wissenschaft und Praxis in nationaler und internationaler Perspektive. München, London, Oxford, Paris: K.G. Saur.
- GRIMM, JÜRGEN (2000): Mediengewalt – Wirkungen jenseits von Imitation. Zum Einfluss ästhetischer und dramaturgischer Faktoren auf die Aggressionsvermittlung. In: BERGMANN, SUSANNE [Hrsg.] (2000): Mediale Gewalt – Eine reale Bedrohung für Kinder? Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, S. 40-59. Hier zit. n. www.medien Gewalt.de/_arc/pdf/grimm_imitation [Stand: 11.02.2005].
- GROEBEL, JO; WINTERHOFF-SPURK, PETER [Hrsg.] (1989): Empirische Medienpsychologie. München: Psychologie Verlags Union.
- GROSSER, CHRISTIANE (1988): Kommunikationsform und Informationsvermittlung: Eine experimentelle Studie zu Behalten und Nutzung von Informationen in Abhängigkeit von ihrer formalen Präsentation. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- HALFF, GEORG (1998): Die Malaise der Medienwirkungsforschung: Transklassische Wirkungen und klassische Forschung (Schriftenreihe: Studien zur Kommunikationswissenschaft, Band 29). Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- HAMM, INGRID (1985): Inhalt und Audiovisuelle Gestaltung. Der Einfluß thematischer Aspekte auf die Gestaltung von Verbrauchersendungen des Fernsehens (Schriftenreihe: Kommunikationswissenschaftliche Studien, Band 1. Herausgegeben von RONNEBERGER, FRANZ; RÜHL, MANFRED; STUIBER, HEINZ-WERNER). Nürnberg: Verlag der Kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvereinigung.
- HAMM, INGRID; KOLLER, BARBARA (1989): Sehen und Verstehen. Verbraucherinformation und ihre Resonanz im Fernsehpublikum. Mainz: v. Hase & Koehler.
- HARTMANN, THOMAS (1995): Transfer-Effekte: Der Einfluß von Fotos auf die Wirksamkeit nachfolgender Texte. Eine experimentelle Untersuchung zur kumulativen Wirkung von Pressefotos und Pressetexten (Schriftenreihe: Europäische Hochschulschriften, Reihe 40, Kommunikationswissenschaft und Publizistik; Band 52). Frankfurt a.M., Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Lang.
- HEPP, ANDREAS (1997): Cultural Studies: Medientexte und Kontexte. Ein Beitrag zur Interpretationsdebatte um Terminator 2. In: Medien Praktisch 2/97, S. 42-47.
- HICKETHIER, KNUT (1988): Film- und Fernsehanalyse in der Theaterwissenschaft. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 41-63.
- HICKETHIER, KNUT; WINKLER, HARTMUT [Hrsg.] (1990a): Filmwahrnehmung. Dokumentation der GFF-Tagung 1989 (Schriftenreihe der Gesellschaft für Film- und Fernsehwissenschaft (GFF); Band 3) Berlin: Edition Sigma Bohn.
- HICKETHIER, KNUT; WINKLER, HARTMUT (1990b): Einleitung. In: DIES. (1990a), S. 7-12.
- HOLEFLEISCH, DIETER (2001): Zur interaktionistischen Theorie der mediatisierten Kommunikation. Ein konzeptioneller Rahmen („conceptual framework“) für Forschung und Praxis, veranschaulicht am Beispiel Film. In: Medien Pädagogik. Online-Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung. 1 (2001). Zürich: Pädagogische Hochschule Zürich. Online unter: <http://www.medienpaed.com/01-1/holefleisch1.pdf> [Stand: 28.03.2005].
- HOLICKI, SABINE (1993): Pressefotos und Presstext im Wirkungsvergleich. Eine experimentelle Untersuchung am Beispiel von Politikerdarstellungen. In: SCHENK, MICHAEL [Hrsg.] (1993): Schriftenreihe: Beiträge zur Medien- und Kommunikationswissenschaft, Band 17. München: Reinhard Fischer.

- HOLLY, WERNER; PÜSCHEL, ULRICH [Hrsg.] (1993a): Medienrezeption als Aneignung, Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- HOLLY, WERNER; PÜSCHEL, ULRICH (1993b): Vorwort. In: DIES. [Hrsg.] (1993a), S. 7-10.
- HOLLY, WERNER (1993): Fernsehen in der Gruppe – gruppenbezogene Sprachhandlungen von Fernsehrezipienten. In: DERS.; PÜSCHEL, ULRICH [Hrsg.] (1993a), S. 137-150.
- HULSTKAMP, ANDREAS (2001): Filmschnitt aus der Sicht der Wahrnehmungspsychologie. Bericht. Universität Bern. Online unter: http://visor.unibe.ch/WS01/film/FilmVideogestaltung_Andreas.pdf [Stand: 29.04.2005].
- JÄCKEL, MICHAEL (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- JANSSEN, DORIS (1998): Zuschauerpersönlichkeit und die Wahrnehmungsstabilität beim Fernsehen (Psychologie Band 34). Münster: Lit Verlag.
- JOCH ROBINSON, GERTRUDE (1987): Visuelle Präsentationsformen von Fernsehnachrichten. Ein Vergleich zwischen frankophonen und anglophonen Programmen in Kanada. In: GREWE-PARTSCH; GROEBEL (1987), S. 58-78.
- KAASE, MAX; LANGENBUCHER, WOLFGANG R. (1986): Medienwirkungen auf Gesellschaft und Politik. In: SCHULZ, WINFRIED (1986a), S. 13-28.
- KAGELMANN, H. JÜRGEN; WENNINGER, GERD [Hrsg.] (1988): Medienpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. München, Wien, Baltimore: Urban und Schwarzenberg.
- KATZ, ELIHU (1987): Communication Research since Lazarsfeld. In: Public Opinion Quarterly, 51, 1987, S. 25-45.
- KEPPLER, ANGELA (1993): Fernsehunterhaltung aus Zuschauersicht. In: HOLLY; PÜSCHE (1993a), S. 103-113.
- KEPPLINGER, HANS M. (1999): Nonverbale Kommunikation: Darstellungseffekte. In: NOELLE-NEUMANN; SCHULZ; WILKE (1999), S. 337-365.
- KLEDZIK, SILKE M. (1990): Semiotischer versus technischer Medienbegriff. Das Medium als Konsituens des Zeichenprozesses. In: BÖHME-DÜRR; EMIG; SEEL (1990), S. 40-51.
- KLINGLER, WALTER; ROTERS, GUNNAR; ZÖLLNER, OLIVER [Hrsg.] (1998a): Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden (Teilband 1). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- KLINGLER, WALTER; ROTERS, GUNNAR; ZÖLLNER, OLIVER [Hrsg.] (1998b): Fernsehforschung in Deutschland: Themen – Akteure – Methoden (Teilband 2). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- KOFLER, GEORG, GRAF, GERHARD (1995) [Hrsg.]: Sündenbock Fernsehen? Aktuelle Befunde zur Fernsehnutzung von Jugendlichen, zur Wirkung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen und zur Jugendkriminalität. Berlin: Vistas.
- KO HOANG, YOUN-JU (2000): Vermittlung von „Visual Literacy“ durch Computeranimation im Kunstunterricht. Diss. Freie Universität Berlin. Hier zit. n.: <http://www.diss.fu-berlin.de/2000/137/index.html>
- KORTE, HELMUT; FAULSTICH, WERNER [Hrsg.] (1988): Filmanalyse interdisziplinär (Schriftenreihe: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik, Beiheft 15). Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- KORTE, HELMUT (1988): Systematische Filmanalyse als interdisziplinäres Programm. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 166-183.

- KÖCK, WOLFRAM K. (1990): Die kognitionstheoretische Perspektive. Am Beispiel von Untersuchungen zur Verständlichkeit von Wissenschaftssendungen des deutschen Fernsehens. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 58-66.
- KOHLI, MARTIN (1991): Lebenslauftheoretische Ansätze in der Sozialisationsforschung. In: HURRELMANN, KLAUS [Hrsg.]: Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. Weinheim, Basel: Beltz, S. 303-317.
- KUCHENBUCH, THOMAS (1978): Filmanalyse. Theorie, Modelle, Kritik. Köln: Prometh.
- KUCHENBUCH, THOMAS (1988): Filmanalyse aus produktionsästhetischer Sicht. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 90-108.
- KÜBLER, HANS-DIETER (1995): Das unendliche Ende der Wirkungsforschung. In: Medien Praktisch. 19/1995, S. 4-12.
- KÜPPER, CLAUDIA (2000): Korrelation und Kausalität. Arbeitspapier. München: Ludwig-Maximilians-Universität, München Hier zit. n.: <http://www.inno-tec.de/forschung/kuepper/Microsoft%20Word%20-%20Korrelation-Kausalitaet.pdf> [Stand: 07.03.2005].
- KUNCZIK, MICHAEL (1987a): Gewalt und Medien. Köln: Böhlau.
- KUNCZIK, MICHAEL (1987b): Gewaltforschung. In: SCHENK (1987), S. 167-193.
- KUNCZIK, MICHAEL (2000): Medien und Gewalt. In: BERGMANN, SUSANNE [Hrsg.]: Mediale Gewalt – Eine reale Bedrohung für Kinder? Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, S. 18-39. Hier zit. n.: http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/deutsch/kunczik_mediengewalt/kunczik_mediengewalt.pdf [Stand: 29.04.2005].
- KUNCZIK, MICHAEL; ZIPFEL, ASTRID (2001): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- KUNCZIK, MICHAEL; ZIPFEL, ASTRID (2002a): Gewalttätig durch Medien? In: BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG [Hrsg.] : Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung ‚Das Parlament‘. B44/2002. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 29-37. Hier zit. n.: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/kunczik_gewalttaetig/kunczik_gewalttaetig.pdf [Stand: 04.01.2005].
- KUNCZIK, MICHAEL; ZIPFEL, ASTRID (2002b): Wirkungsforschung I: Ein Bericht zur Forschungslage. In: HAUSMANNINGER, THOMAS; BOHRMANN, THOMAS [Hrsg.]: Mediale Gewalt. Interdisziplinäre und ethische Perspektiven. München: Fink.
- LOOß, MAIKE (2005): Lerntypen? Ein pädagogisches Konstrukt auf dem Prüfstand. Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig. Online unter: http://www.ifdn.tu-bs.de/didaktikbio/docs/looss_Lerntypen.pdf [Stand: 07.05.2005].
- MALETZKE, GERHARD (1963): Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik. Hamburg: Hans-Bredow-Institut
- MERTEN, KLAUS (1984): Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“. Anmerkungen zu Palmgreen. In: Rundfunk und Fernsehen. Jg. 32. 1984/1, S. 66-72
- MERTEN, KLAUS (1986): Methoden der Wirkungsforschung. In: SCHULZ (1986a), S. 101-109.
- MERTEN, KLAUS (1990): Wissensveränderung durch Medien. Aufriß und Kritik. In: BÖHME-DÜRR; EMIG; SEEL (1990), S. 21-39.
- MERTEN, KLAUS (1994): Wirkungen von Kommunikation. In: MERTEN, KLAUS; SCHMIDT, SIEGFRIED J.; WEISCHENBERG, SIEGFRIED [Hrsg.]: Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 291-328.
- MERTEN, KLAUS; GROßMANN, BRIT (1996): Möglichkeiten und Grenzen der Inhaltsanalyse. In: Rundfunk und Fernsehen. Jg. 44 (1996), 1, S. 70-85.

- MEUTSCH, DIETRICH; FREUND, BÄRBEL [Hrsg.] (1990): Fernsehjournalismus und die Wissenschaften. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- MONACO, JAMES (1980): Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache. Geschichte und Theorie des Films. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- MÜLLER, MARION G. (1997): Politische Bildstrategien im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 1828-1996. Berlin: Akademie Verlag.
- MÜLLER, MARION G. (2003): Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: UVK.
- MÜLLER, PHILIPP (1998): Gehirn, Fernsehen und Medienwirkung. Aspekte der formalen Präsentation. Semesterarbeit. Mainz: Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, Institut für Publizistik. Hier zit. n.: <http://www.hausarbeiten.de/faecher/hausarbeit/kor/1155.html> [Stand: 01.04.2005].
- MIKOS, LOTHAR (1996a): Bilderfaszination und Kommunikation. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 1. In: Medien Praktisch 3/96, S. 53-56.
- MIKOS, LOTHAR (1996b): Die Geschichte im Kopf des Zuschauers. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 2. In: Medien Praktisch 4/96, S. 57-62.
- MIKOS, LOTHAR (1997a): Aus weiter Ferne so nah. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 3. In: Medien Praktisch 1/97, S. 44-49.
- MIKOS, LOTHAR (1997b): Licht und Schatten. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 4. In: Medien Praktisch 2/97, S. 57-62.
- MIKOS, LOTHAR (1997c): Monster und Mutanten in CinemaScope. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 5. In: Medien Praktisch 3/97, S. 53-57.
- MIKOS, LOTHAR (1998a): Kontinuität durch Schnitt und Montage. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 6. In: Medien Praktisch 1/98, S. 45-50.
- MIKOS, LOTHAR (1998b): Helden, Versager und andere Typen. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse. Teil 7. In: Medien Praktisch 4/98, S. 48-54.
- MIKOS, LOTHAR (1998c): Filmverstehen. Annäherung an ein Problem der Medienforschung. In: Medien Praktisch, Sonderhefte Texte, Nr. 1, S. 3-8. Hier zit. nach: <http://www.gep.de/medienpraktisch/amedienp/mptexte/tex1miko.htm> [Stand: 04.02.2005].
- MIKOS, LOTHAR (1998d): Wie das Leben wirklich ist. Perspektiven qualitativer Medien- und Kommunikationsforschung. In: Medien Praktisch 3/98, S. 4-8.
- MIKOS, LOTHAR (1999): Erlebnisse im intertextuellen Universum der Populärkultur. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse, Teil 8. In: Medien Praktisch 3/99, S. 44-48.
- MIKOS, LOTHAR (2000): Von möglichen und realen Welten. Strukturfunktionale Film- und Fernseh-analyse, Teil 9. In: Medien Praktisch 1/00, S. 57-59.
- MIKUNDA, CHRISTIAN (1990): Kino spüren. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 83-94.
- NASCHOLD, FRIEDER (1973): Kommunikationstheorien. In: AUFERMANN, JÖRG; BOHRMANN, HANS; SÜTZER, ROLF [Hrsg.] (1973): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Band 1. Frankfurt a.M., S. 9-48.
- NEUHÄUSLER, ANTON (1967): Grundbegriffe der philosophischen Sprache. München: Ehrenwirth.
- NEUMANN-BRAUN, KLAUS; SCHNEIDER, SILVIA (1993): Biographische Dimensionen in der Medienaneignung. In: HOLLY; PÜSCHEL (1993), S. 193-210.
- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1986): Zur Forschungsstrategie der Medienwirkungsforschung. In: SCHULZ (1986a), S. 129-141.

- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1999a): Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung. In: NOELLE-NEUMANN; SCHULZ; WILKE (1999), S. 518-571.
- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH (1999b); Öffentliche Meinung. In: DIES.; SCHULZ; WILKE (1999), S. 366-382.
- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH; SCHULZ, WINFRIED; WILKE, JÜRGEN [Hrsg.] (1999c): Das Fischer Lexikon: Publizistik und Kommunikation. Frankfurt a.M.: Fischer.
- OHLER, PETER (1990): Kognitive Theorie der Filmwahrnehmung: der Informationsverarbeitungsansatz. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 43-57.
- PAECH, JOACHIM (1986): Den Film lesen wie einen Text. Anmerkungen zum praktischen Umgang mit Filmen. In: Medien Praktisch 1/86; S. 10-13.
- PERRIG, WALTER J. (1990): Können Medien Verhalten steuern, ohne Wissen zu verändern? In: BÖHME-DÜRR; EMIG; SEEL (1990), S. 72-83.
- PRETIS, SIGRID (1986): Können Vorschulkinder Fernsehprogramme verstehen? Die Wirkung der formalen Gestaltung von Fernsehsendungen. In: Publizistik. Jg. 31 (1986), 1-2, S. 138-146.
- PLOCH, KERSTIN (2003): Dramaturgie von Gesundheit. Zuschauerreaktionen auf medienspezifische Darstellungsformen. Magisterarbeit. Berlin: Freie Universität Berlin, Fachbereich für Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Hier zit. n.: http://www.kommwiss.fu-berlin.de/fileadmin/user_upload/wissjour/ploch_fobe1.pdf [Stand: 17.03.2005].
- PÜRER, HEINZ (1993): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Systematik, Fragestellungen, Theorienansätze, Forschungstechniken (Schriftenreihe Uni-Papers, Band 1). München: Verlag Ölschläger GmbH.
- RAESS, SIMON; GURTNER, NICO (2002): Planung und Durchführung einer experimentellen Studie zur Bild-Ton-Kongruenz/Dominanz. Paper. Universität Bern, Lehrstuhl für Medienpsychologie. Online unter: <http://visor.unibe.ch/SS02/bild-ton/arbeiten/Bild-Ton-Kongruenz.pdf> [Stand: 22.03.2005].
- RAMSBOTT, WOLFGANG; SAUTER, JOACHIM (1988): Visualisierung von Filmstrukturen mit rechnergestützten Mitteln. In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 156-165.
- REDTENBACHER, CLAUDIA (1996): Kognitive Landkarten im Spielfilm. In: VITOUCH; TINCHON (1996), S. 15-72.
- RENCKSTORF, KARSTEN (1977): Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Berlin: Spiess.
- RITZEL, FRED; THIELE JENS (1988): Ansätze einer interdisziplinären Filmanalyse am Beispiel „Lili Marleen“ (R.W. Fassbinder, BRD 1980). In: KORTE; FAULSTICH (1988), S. 109-132.
- RONNEBERGER, FRANZ [Hrsg.] (1971a): Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen. Band IV. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag.
- RONNEBERGER, FRANZ (1971b): Sozialisation durch Massenkommunikation. In: DERS. (1971), S. 32-101.
- RUSTERHOLZ, PETER; MOSER, RUPERT [Hrsg.] (2003): Wege zur wissenschaftlichen Wahrheit. Vermutung – Behauptung – Beweis. Bern: Peter Lang AG, Europäischer Verlag der Wissenschaften.
- SACHS-HOMBACH, KLAUS; SCHIRRA, JÖRG R. J. (1999): Zur politischen Instrumentalisierbarkeit bildhafter Repräsentationen. Philosophische und psychologische Aspekte der Bildkommunikation. In: HOFMAN, WILHELM [Hrsg.] (1999): Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Baden-Baden: Nomos Verlag, S. 28-39. Hier zit. n.: <http://www.computervisualistik.de/~schirra/Work/Papers/P99/P99-2/Instrumentalisierbarkeit.pdf> [Stand: 29.01.2005].
- SCHENK, MICHAEL [Hrsg.] (2002): Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebeck.

- SCHENK, MICHAEL (1998): Forschungsschwerpunkt Medienwirkungen: Ein Überblick. In: KLINGLER; ROTERS; ZÖLLNER (1998), S. 527-543.
- SCHENK, MICHAEL (1989): Massenkommunikation und interpersonelle Kommunikation. In: KAASE, MAX; SCHULZ, WINFRIED [Hrsg.] (1989): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 406-417.
- SCHENK, MICHAEL [Hrsg.] (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr Siebek.
- SCHERER, THOMAS M. (2000): Stimme, Emotion und Psyche. Diss. Phillips-Universität Marburg, Institut für Psychologie. Hier zit. n.: <http://archiv.ub.uni-marburg.de/diss/z2000/0413/pdf/dtms.pdf> [Stand: 27.03.2005].
- SCHMITT, ROLAND (1990): Probleme und Methoden der Fernsehforschung. In: MEUTSCH; FREUND (1990), S. 187-226.
- SCHMIDT-ATZERT, LOTHAR (1996): Lehrbuch der Emotionspsychologie. Stuttgart: Kohlhammer.
- SCHMITT-SASSE, JOACHIM (1990): „Run it again, Phil!“ Panoramaschwenk über eine Theorielandschaft. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 13-18.
- SCHLÜPMANN, HEIDE (1990): Schaulust und Ästhetik. Reflexionen zwischen Apparatusdebatte und feministischer Filmtheorie. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 35-41.
- SCHNELL, MICHAEL (2002): Bildungsfernsehen. Entwicklung und Gestaltung audiovisueller Lernangebote. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- SCHÖNBACH, KLAUS (1983): Werden Wahlen im Fernsehen entschieden? In: Media Perspektiven 7/83, S. 462-467.
- SCHÜLEIN, JOHANN AUGUST; REITZE, SIMONE (2002): Wissenschaftstheorie für Einsteiger. Wien: WUV Universitätsverlag.
- SCHULZ, WINFRIED [Hrsg.] (1986a): Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Band 1 und 2 (hrsg. im Auftrag der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG)/Kommission für Medienwirkungsforschung). Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft.
- SCHULZ, WINFRIED (1986b): Wirkungsmodelle der Medienwirkungsforschung. In: DERS. (1986a), S. 83-100.
- SCHULZ, WINFRIED (1986c): Medienanalyse (Inhaltsanalyse) und Wirkungsforschung. In: DERS. (1986), S. 111-116.
- SCHWAB, FRANK (2003): Emotionale Filmrezeption. Eine evolutionspsychologische Perspektive. Positionen- und Überblicksreferat. In: UNIVERSITÄT DES SAARLANDES [Hrsg.]: 3. Tagung der Fachgruppe Medienpsychologie in der Deutschen Gesellschaft für Psychologie. Online unter: <http://www.uni-saarland.de/fak5/orga/fgt2003/prg01.pdf> [Stand: 11.05.2005].
- SCHWAN, STEPHAN; HESSE, FRIEDRICH W. (1996): Filmrezeption und Informationsverarbeitung – Zum aktuellen Stand der „kognitiven Filmpsychologie“. Überblicksreferat auf dem 40. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in München 1996. In: MANDL, HEINZ [Hrsg.]: Bericht über den 40. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in München 1996. Göttingen u.a.: Hogrefe, S. 415-420
- SEEBLEN, GEORG (1986): Kategorien der Filmanalyse. Zu ihren Methoden und ihrer Geschichte. In: Medien Praktisch 1/86, S. 4-9.
- SIELKER, KLAUS (1988): Unterhaltsame Gestaltung von Informationssendungen am Beispiel des Kulturmagazins *aspekte*. In: KREUZER, HELMUT; SCHUMACHER HEIDEMARIE [Hrsg.] (1988): Magazine audiovisuell. Politische Kulturmagazine im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland. Berlin: Spiess.

- STAAB, JOACHIM (1990): Entwicklung der Nachrichtenwert-Theorie: Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen. In: WILKE, JÜRGEN [Hrsg.] (1990): Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Freiburg, München: Alber, S. 161-172.
- STOSBERG, KRISTA (1971): Hypothesen und Ergebnisse der Wirkungsforschung im Hinblick auf Sozialisation durch Massenkommunikation. In: RONNEBERGER (1971), S. 276-289.
- STRABNER, ERICH (1982): Fernsehnachrichten. Eine Produktions- Produkt- und Rezeptionsanalyse. (Schriftenreihe Medien in Forschung und Unterricht, Serie A, Band 8; hrsg. von BAACKE, DIETER; GAST, WOLFGANG; STRABNER, ERICH). Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- STRABNER, ERICH (1986): Wirkung der Formen medialer Darstellung. In: SCHULZ (1986a), S. 71-81.
- STURM, HERTHA (1971): Fernsehen und Entwicklung der Intelligenz. Kritische Überlegungen auf Sozialisation durch Massenkommunikation. In: RONNEBERGER (1971), S. 290-304.
- STURM, HERTHA (1981): Der Vielseher im Sozialisationsprozeß: Rezipientenorientierter Ansatz und der Ansatz der formalen medienpezifischen Angebotsweisen. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Der Vielseher – Herausforderung für Fernsehforschung und Gesellschaft. Jg. 15 (1981) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 137-148.
- STURM, HERTHA (1982): Einführung: Warum diese Untersuchung? In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 11-16.
- STURM, HERTHA (1987): Das „Wie der Präsentation“. Methoden und Ergebnisse zu Wirkung der formalen medienpezifischen Angebotsweisen. In: GREWE-PARTSCH; GROEBEL (1987), S. 33-41.
- STURM, HERTHA (1989): Medienwirkungen – ein Produkt der Beziehungen zwischen Rezipient und Medium. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 33-44.
- STURM, HERTHA (2000): Der gestreifte Zuschauer. Folgerungen für eine rezipientenorientierte Dramaturgie (posthum herausgegeben von GREWE-PARTSCH, MARIANNE; DOELKER, CHRISTIAN; VETTER, INGRID). Stuttgart: Klett-Cotta.
- STURM, HERTHA; GREWE-PARTSCH, MARIANNE (1982): Relevanz der Ergebnisse für die Medienpraxis. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 93-99.
- STURM, HERTHA; HOLZHEUER, KATHARINA; HELMREICH, REINHARD; mit einem Beitrag von BERGHAUS, MARGOT (1978): Emotionale Wirkung des Fernsehens – Jugendliche als Rezipienten. (Schriftenreihe des Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen [Hrsg.], Nr. 10). München, New York: Verlag Dokumentation K.G. Saur.
- STURM, HERTHA; VITOUCH, PETER; BAUER, HERBERT; GREWE-PARTSCH, MARIANNE [Hrsg.] (1982): Emotion und Erregung – Kinder als Fernsehzuschauer. Eine psychologische Untersuchung. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur.
- STURM, HERTHA; VITOUCH, PETER (1982): Entwicklung des Versuchsplans. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 45-50.
- STURM, HERTHA; VON HEABLER, RUTH; HELMREICH, REINHARD (1972): Medienspezifische Lerneffekte. Eine empirische Studie zu Wirkungen von Fernsehen und Rundfunk (Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Nr. 5). München: TR-Verlagsunion.
- THEUNERT, HELGA (1997): Wirkung. In: HÜTHER, JÜRGEN; SCHORB, BERND; BREHM-KLOTZ, CHRISTIANE [Hrsg.] (1997): Grundbegriffe Medienpädagogik. München: Kopaed, S. 151-162. Hier zit. n.:

http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/theunert_wirkung/theunert_wirkung.pdf [Stand: 29.04.2005].

- THOMAE, HANS (1980): Motivation. In: ASANGER; WENNINGER (1980), S. 294-298.
- TILLMANN, KLAUS-JÜRGEN (1999): Sozialisationstheorien. Eine Einführung in den Zusammenhang von Gesellschaft, Institution und Subjektwerdung. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, darin: 1. Einführung, S. 9-38.
- TREPTE, SABINE (2004): Zur Geschichte der Medienpsychologie. In: MANGOLD, ROLAND; VORDERER, PETER; BENTE, GARY [Hrsg.]: Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe, S. 3-25. Hier zit. n.: http://www.hogrefe.de/aktuell/3-8017-1489-6_lese.pdf [Stand: 29.04.2005].
- ÜLMER, BERND; BERGMANN, JÖRG (1993): Medienrekonstruktionen als kommunikative Gattungen. In: HOLLY; PÜSCHEL (1993), S. 81-102.
- VENT, SVEA; METZROTH KATHRIN (2001): Emotionale Medienwirkung. Paper. Universität Mannheim. Online unter: <http://www.psychologie.uni-mannheim.de/psycho3/LehreSS01/medienkomp/140501.pdf> [Stand: 07.05.2005].
- VITOUCH, PETER (1982a): Der Maßansatz auf drei Ebenen. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 43-44.
- VITOUCH, PETER (1982b): Ergebnisse. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 58-83.
- VITOUCH, PETER (1982c): Experimenteller Ablauf. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 51-57.
- VITOUCH, PETER (1982d): Interpretation. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 84-85.
- VITOUCH, PETER (1982e): Psychologie der Emotion. In: Fernsehen und Bildung. Internationale Zeitschrift für Medienpsychologie und Medienpraxis. Thema: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. Jg. 16 (1982) 1-3. München, New York, London, Paris: K. G. Saur, S. 17-30.
- VITOUCH, PETER (1987): Realitätsdarstellung im Fernsehen – Abbildung oder Konstruktion? In: GREWEPARTSCH; GROEBEL (1987), S. 95-109.
- VITOUCH, PETER (1989): Spezifische Rezipientenvariablen als Grundlage stereotyper Mediennutzung. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 90-104.
- VITOUCH, PETER (1996): Einleitung. In: VITOUCH; TINCHON (1996), S. 11-13.
- VITOUCH, PETER; TINCHON, HANS-JÖRG [Hrsg.] (1996): Cognitive Maps und Medien: Formen mentaler Repräsentation bei Medienwahrnehmung (Schriftenreihe zur Empirischen Medienforschung, Bd. 1). Frankfurt a.M., Berlin, Bern, New York, Paris, Wien: Lang.
- WEIDENMANN, BERND (1989): Der mentale Aufwand beim Fernsehen. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 134-149.
- WILHELM, PETER (1993): Kurze Filmszenen als Stimulusmaterial zur experimentellen Erzeugung der Grundemotionen: Angst, Ärger, Ekel, Trauer, Überraschung und Heiterkeit. (Schriftenreihe: Forschungsberichte des Psychologischen Instituts der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Br., Nr. 96). Freiburg i. Br.: Forschungsgruppe Psychophysiologie, Psychologisches Institut der Universität Freiburg.
- WINKLER, HARTMUT (1990): Der Zuschauer und die filmische Technik. Aparatus-Theorien, Frankreich 1969-75. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 19-25.

- WINTERHOFF-SPURK, PETER (1986): Fernsehen. Psychologische Befunde zur Medienwirkung. Verlag Hans Huber: Bern, Stuttgart, Toronto.
- WINTERHOFF-SPURK, PETER (1989): Fernsehen und Weltwissen: der Einfluß von Medien auf Zeit-, Raum- und Personenschemata. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- WINTERHOFF-SPURK, PETER; GROEBEL, JO (1989): Empirische Medienpsychologie: Einige allgemeine Vorbemerkungen. In: GROEBEL; WINTERHOFF-SPURK (1989), S. 1-6.
- WINTERHOFF-SPURK, PETER (1990): Wissensvermittlung durch Nachrichten? Zur Kritik der Lehrfilm-Metapher. In: BÖHME-DÜRR; EMIG; SEEL (1990), S. 173-184.
- WINTERHOFF-SPURK, PETER; UNZ, DAGMAR; SCHWAB, FRANK (2001): „In the mood“ – Zur Kultivierung von Emotionen durch Fernsehen. Magazin Forschung 2/2001. Universität des Saarlandes. Hier zit. n.: <http://www.uni-saarland.de/verwalt/kwt/f-magazin/2-2001/3.pdf> [Stand: 29.04.2005].
- WINZELER, LIVIA; GYGAX, DESIREE (2001): Zusammenfassung – Bibliografie zum Thema: Unbeabsichtigte Aufmerksamkeit und pyhsiologische Erregung verursacht durch strukturelle Merkmale und emotionale Inhalte in TV Werbung. Paper. Institut für Psychologie der Universität Bern. Online unter: <http://www.psy.unibe.ch> [Stand 22.01.2005].
- WRIGHT, JOHN C.; HUSTON, ALETHA C. (1983): A Matter of Form: Potentials of Television for Young Viewers. In: GREWE-PARTSCH; GROEBEL (1987), S. 42-57.
- WUSS, PETER (1990): Filmische Wahrnehmung und Vorwissen des Zuschauers. Zur Nutzung eines Modells kognitiver Invariantenbildung bei der Filmanalyse. In: HICKETHIER; WINKLER (1990), S. 67-81.
- ZEITTER, ERNST; JAISER, FRIEDER; KAPP, FRIEDER; SELTWORT, PETRA (1996): Die „Sprache der Gewalt“ und ihre Wirkungen: Ansätze zur Analyse der Wirkung formaler Darstellungsformen von Gewalt in Fernsehsendungen auf Kinder im Alter von 8 bis 11 Jahren (Auszug). Herausgegeben von: Landesanstalt für Kommunikation, Stuttgart. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag, S. 1-36. Hier zit. n.: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/zeitter_sprachedergewalt/zeitter_sprachedergewalt.pdf [Stand: 13.01.2005].