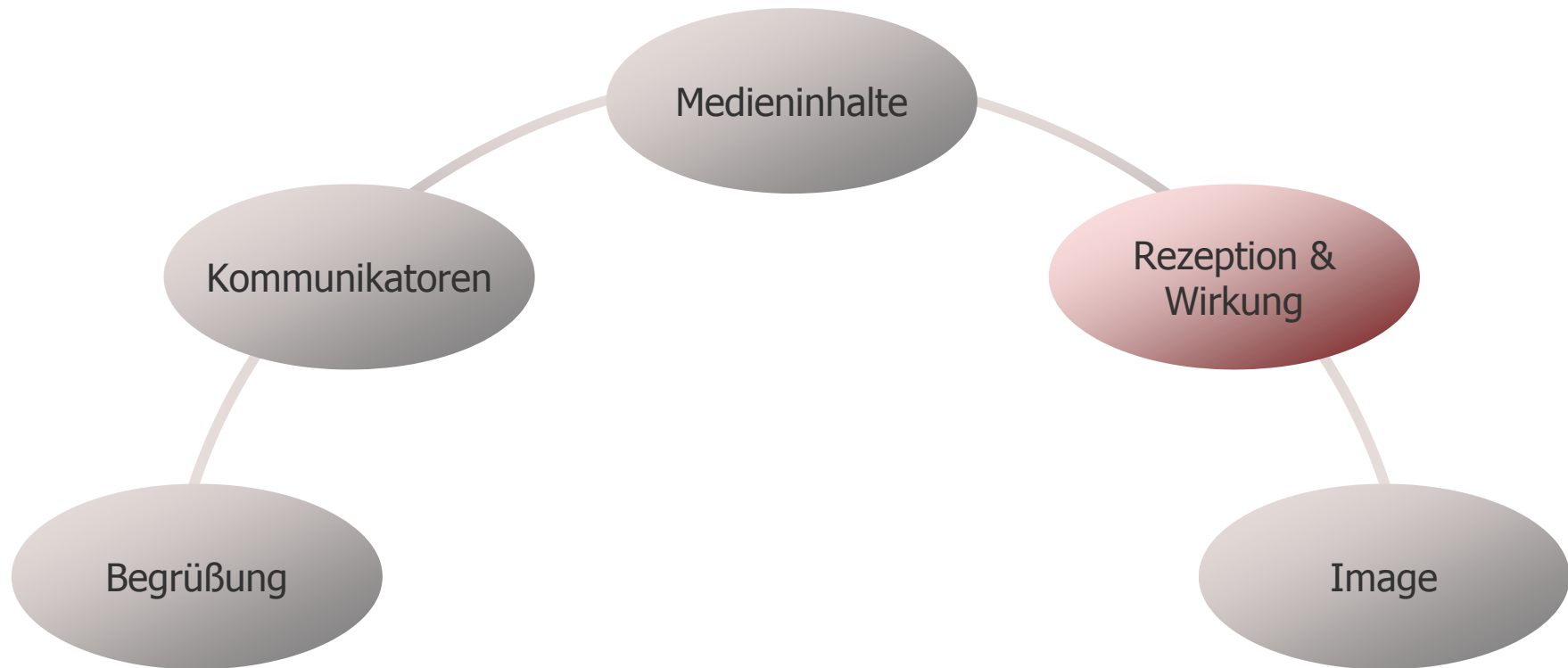




Das Institut für
Kommunikationswissenschaft
und der Förderverein des Instituts
präsentieren:

3. IfK-Praxisforum

Themenspektrum



Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

... studierte bis 2003 KoWi,
Germanistik/Literaturwissenschaft &
Anglistik/Kulturstudien in Dresden

... ist derzeit tätig im Dresdner Büro der F.A.Z.

Reden beim Glotzen. Formen und Funktionen der fernsehbegleitenden Gespräche in Familien

Methode: Konversationsanalyse unter Einbezug von
Videomitschnitten und
Leitfadenbefragungen

Datenkorpus: 20 Tonbandaufnahmen, 20 Videos,
Gesprächsprotokolle

Erhebung: März bis Mai 2001

Gegenstand, Relevanz, Fragen

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

- ✘ Alltägliche Fernsehnutzung in Familien:
Sprechen beim Fernsehen
- ✘ Funktionsverlust der Familien?
- ✘ Sprachhandlungsmuster und sozialer Nutzen
- ✘ Kommunikative Einbindungspraktiken
- ✘ Fernsehtext und Familienkontext



Funktionen fernsehbegleitenden Sprechens

Begrüßung

✘ Wissensvermittlung: Verstehen, Interpretieren, Bewerten

Kommunikatoren

✘ Vermittlung zwischen Fernseh- und Familienwelt

Medieninhalte

✘ Vermittlung ethisch-moralischer Werte, soziales Lernen

Rezeption & Wirkung

✘ Vergemeinschaftung: Konsens, Geselligkeit, Emotionen

Image

✘ Profilierung: Probehandeln, Imagearbeit, Solidarität

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

✘ gemeinsames Fernsehen: Impulsgeber und Katalysator interpersonaler Kommunikation

✘ funktional für soziales Netzwerk Familie

✘ familienspezifische Leistungen in „Kooperation mit dem Fernseher“

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

(Mutter=M, Tochter Annabell=A)

TV: *Jauch: welches theaterstück schrieb friedrich durrenmatt?
die chemiker, die mechaniker, die physiker
[oder die komiker?]*

31 A [physiker; ABC.]

TV: *Kandidat: das ist c; physiker.*

32 A ja:....

33 M <((kauend)) du weeßt immer alles; hä? (-) bist du so
schlau, hm?>

((Quietschen))

34 A ich habs richti:ch.

35 M <((kauend)) sa:ch ma müssen wir dich ooch mal
anmelden, wenn du immer alles richtig hast.>

36 A alles ni.

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

37 M alles ni.

38 A schon ma hatt i- oah da.

TV: Jauch: welcher dieser begriffe bezeichnet eine schlachtordnung antiker heere? pharos, pharynx, phalanx, phallus?

39 A c oder d.

TV: Kandidat: d schließ ich aus; [das] is; ne andere baustelle. äh c. die phalanx. is ne schlachtordnung; ne antike schlachtordnung.

40 A [ˈhh]

TV: Jauch: nehmer?

Kandidat: nehmwer.

Jauch: da liegen sie ganz richtig. mit der antwort.

41 A JA ICH HABS RICHTICH.

42 M kann ja wohl ne sein, hä?

43 A kann sein.

44 M hm; kann sein.

45 A oh mann.

46 M na.



Prof. Wolfgang Donsbach &
Olaf Jandura M.A.

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

Sag mir, wer der Sieger war!

Subtile Medienwirkungen bei den TV-Duellen vor der Bundestagswahl 2002

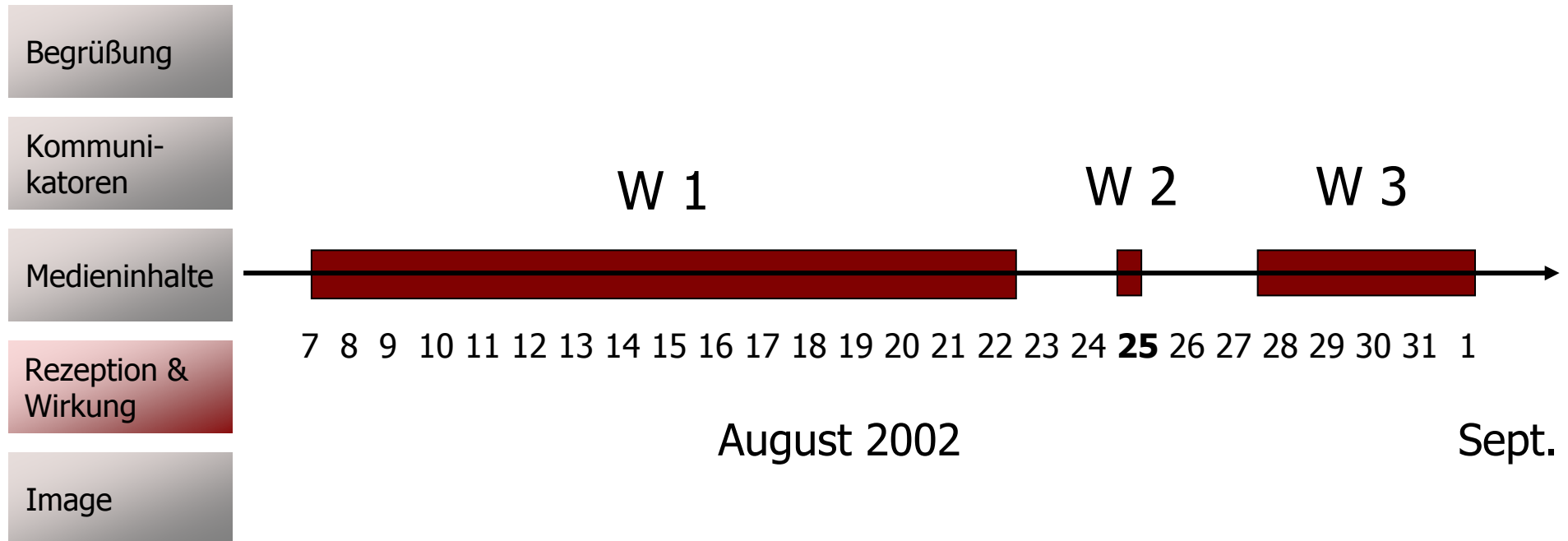
Methode: 3-Wellen-Panel

Stichprobe: bundesweit repräsentative
Telefonumfragen

Zeitraum: August/September 2002



Design des Projektes



Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image



Hohe Einschaltquoten

Begrüßung

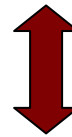
Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

1. Duell: 15,3 Millionen Zuschauer
2. Duell: 15,5 Millionen Zuschauer



Zum Vergleich:

Christiansen: ca. 5 Millionen

Berlin Mitte: 2-3 Millionen



Forschungsfragen

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

→ Was bestimmt die Wahrnehmung des Siegers?

→ Wie verändert sich diese Wahrnehmung im
Zeitverlauf?



Forschungsfragen

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

→ **Was bestimmt die Wahrnehmung des Siegers?**

→ Wie verändert sich diese Wahrnehmung im
Zeitverlauf?

Politik als Stimmungsregulation

Ich lese Ihnen wiederum einige Eigenschaften vor, sagen Sie mir bitte immer, ob diese Eigenschaft auf den Auftritt **Stoibers** im Fernseh-Duell voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft. Wie ist das mit ...

	<i>voll und ganz</i>	<i>eher</i>	<i>eher nicht</i>	<i>überhaupt nicht</i>	<i>unentschieden</i>	
Begrüßung						
Kommunikatoren	Schwungvoll, mitreißend	20	33	34	12	2
	Überzeugend	28	33	27	10	3
Medieninhalte	Glänzender Redner	18	34	34	12	3
	Zuversichtlich	38	35	16	8	3
	Große Sachkenntnis	40	35	16	5	4
Rezeption & Wirkung	Gelassen	24	31	33	10	2
	Vertrauenswürdig	27	30	26	15	3
	Durchsetzungsfähig	33	38	17	7	5
Image	Verbreitet gute Laune	11	21	40	20	8



Politik als Stimmungsregulation

Jetzt eine Frage zu Gerhard Schröder. Ich lese Ihnen einige Eigenschaften vor. Sagen Sie mir bitte immer, ob diese Eigenschaft auf den Auftritt **Schröders** im Fernseh-Duell voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft. Wie ist dass mit ...

	<i>voll und ganz</i>	<i>eher</i>	<i>eher nicht</i>	<i>überhaupt nicht</i>	<i>unentschieden</i>	
Begrüßung						
Kommunikatoren	Schwungvoll, mitreißend	15	28	40	14	3
	Überzeugend	32	36	23	9	1
Medieninhalte	Glänzender Redner	38	38	18	5	1
	Zuversichtlich	43	33	16	6	3
Rezeption & Wirkung	Große Sachkenntnis	34	38	18	6	5
	Gelassen	57	27	13	2	1
	Vertrauenswürdig	32	33	23	8	4
Image	Durchsetzungsfähig	34	40	18	5	3
	Verbreitet gute Laune	27	27	29	9	8

Politik als Stimmungsregulation

Von welchem der beiden Kanzlerkandidaten würden Sie eher annehmen, dass er den Menschen in Deutschland das Gefühl vermittelt, dass es schon nicht so schlimm kommen v
dass wir uns um unsere Zukunft keine Sorgen machen müssten?

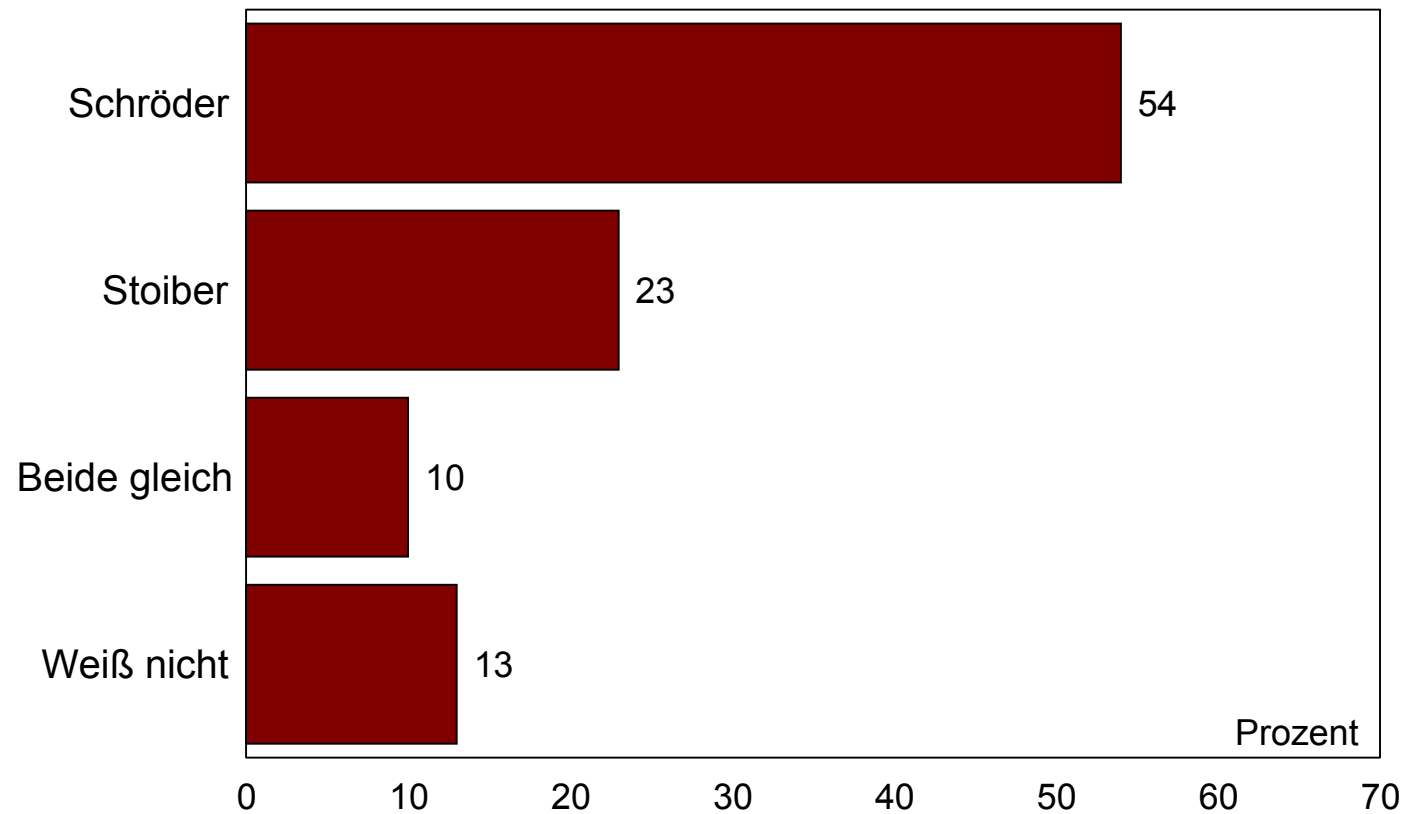
Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image



3. Praxisforum,
30. Januar 2003

Nachbefragung 29.08. – 06.09.2002, n= 843 Befragte

Determinanten der Sieger-Wahrnehmung

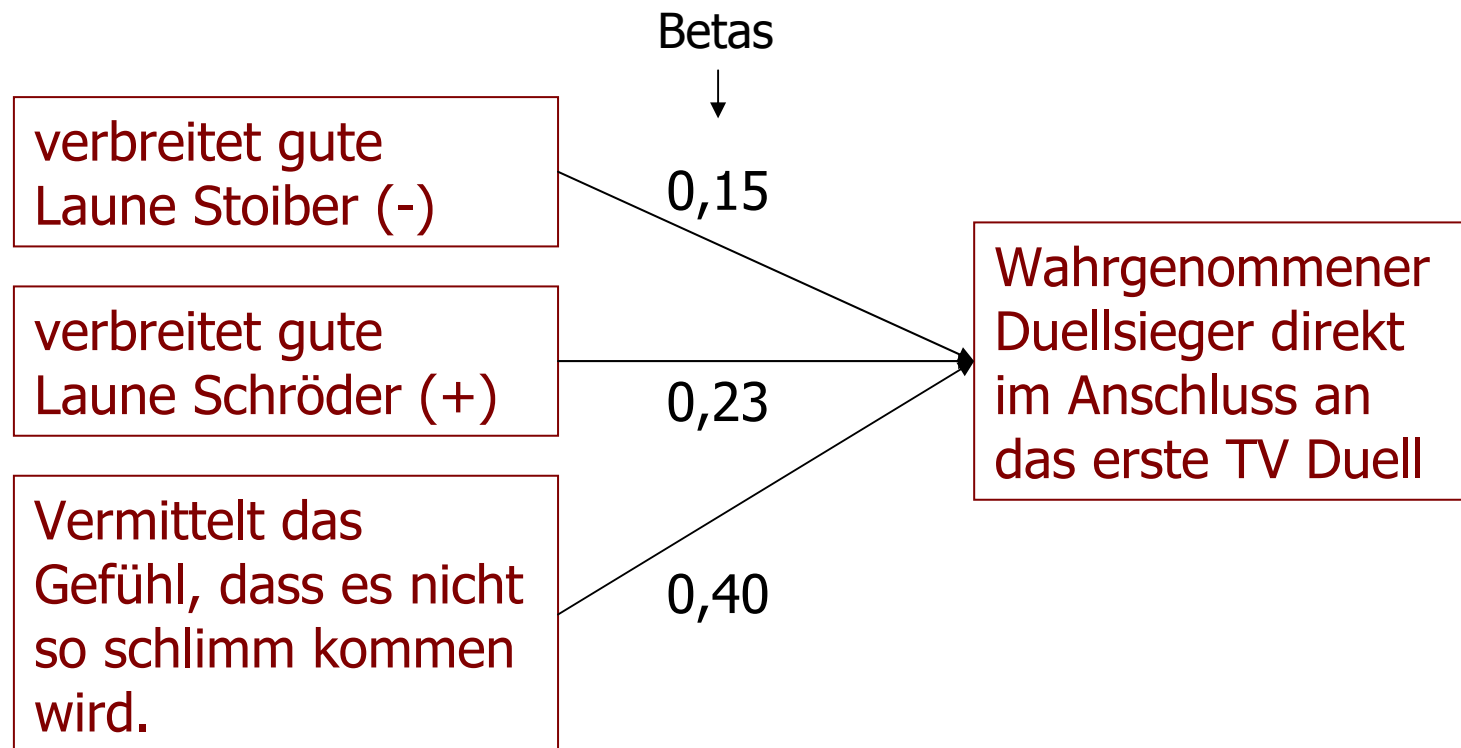
Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image



erklärte Varianz: 30 Prozent



Forschungsfragen

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

→ Was bestimmt die Wahrnehmung des Siegers?

→ **Wie verändert sich diese Wahrnehmung im
Zeitverlauf?**

Kein eindeutiger Sieger nach dem 1. Duell

Frage: "Einmal ganz allgemein gefragt, was glauben Sie, wer das Fernseh-Duell gewonnen hat, wer besser abgeschnitten hat?"

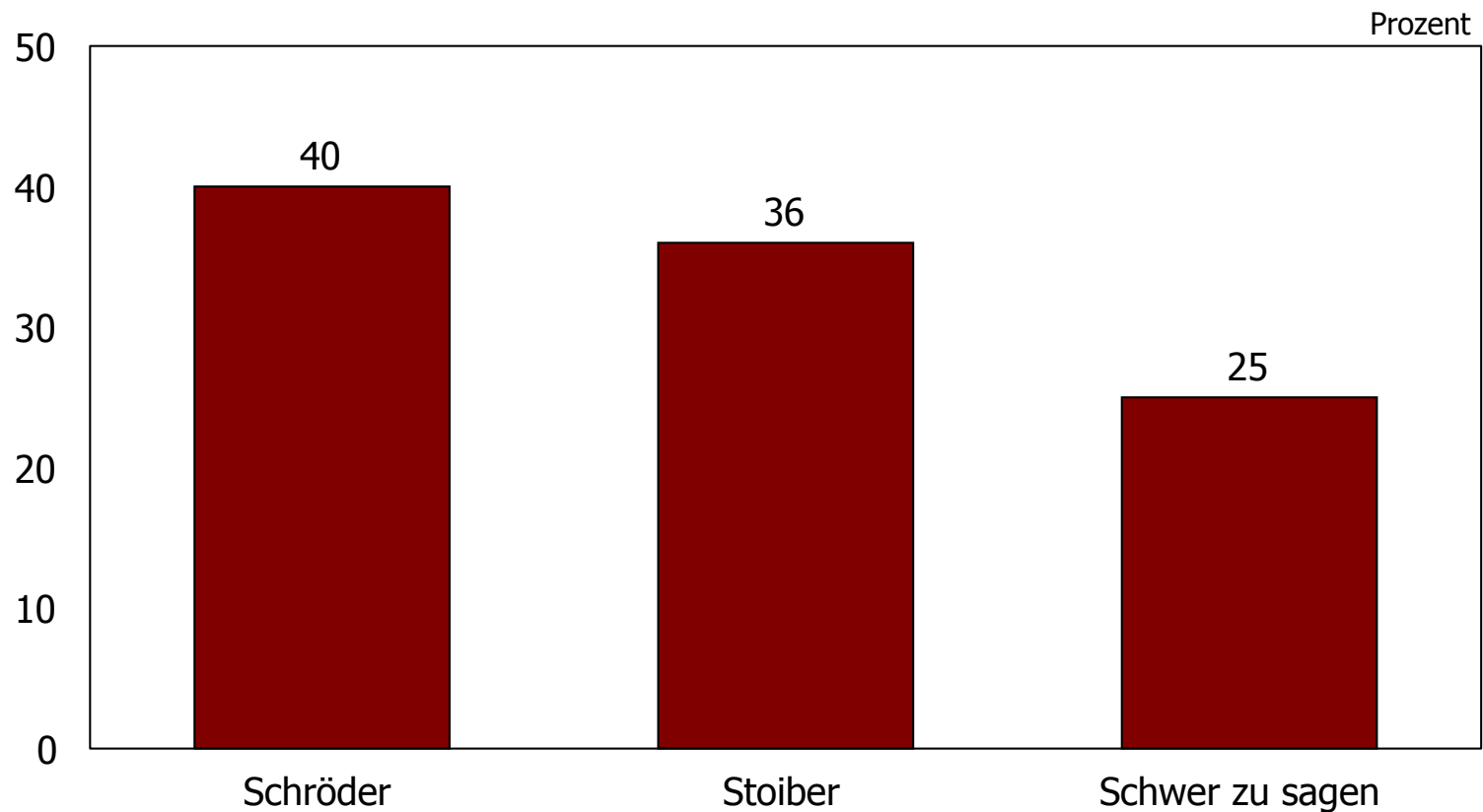
Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image





Und einige Tage später...

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

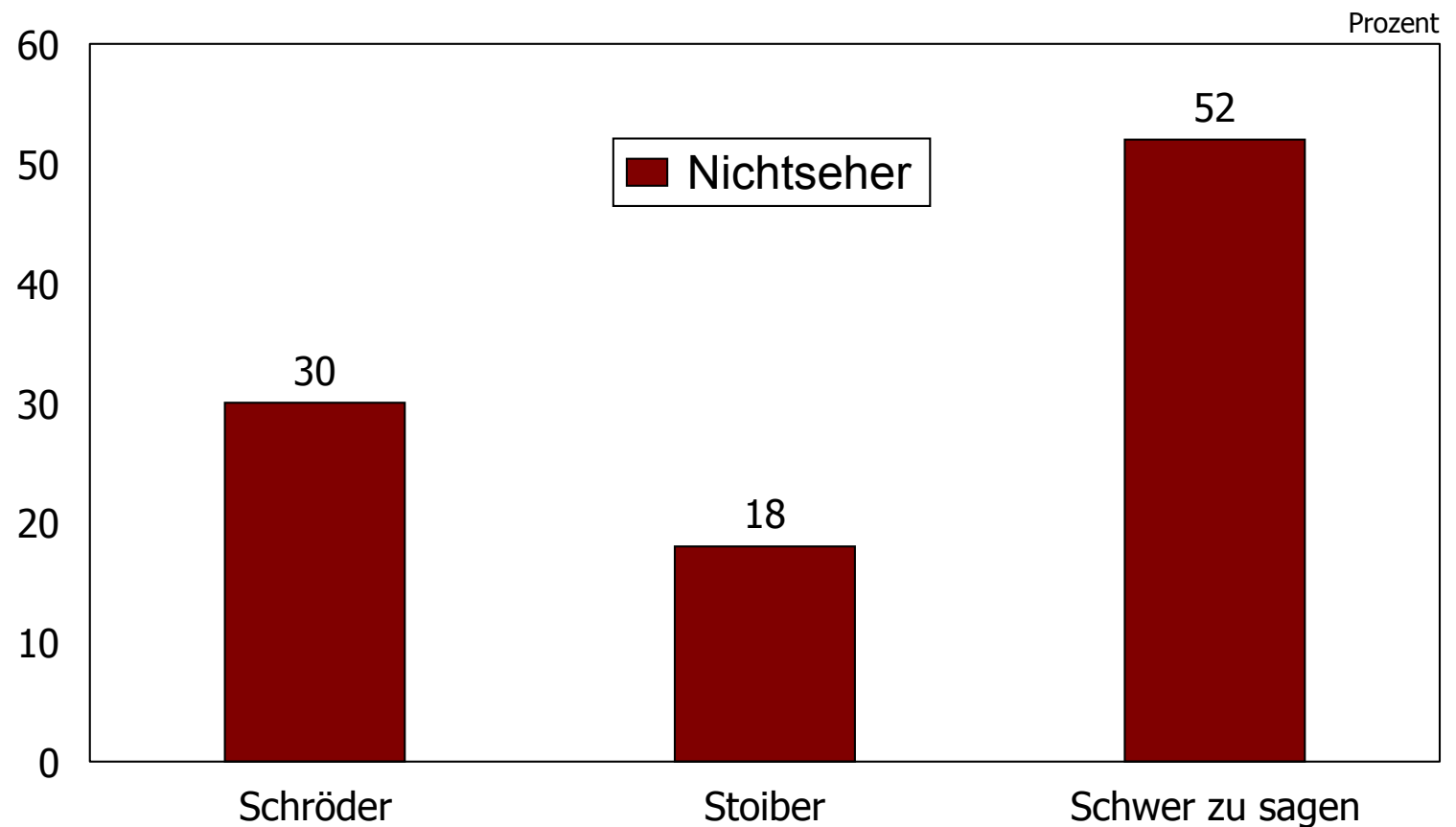
Image

... zeigte sich folgendes Bild:

Für die **Nichtseher** war Schröder besser

Frage: "Auch wenn man das Fernsehduell nicht gesehen hat, hat man einen Eindruck, wer

Fernseh-Duell gewonnen hat, wer besser abgeschnitten hat?"



Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

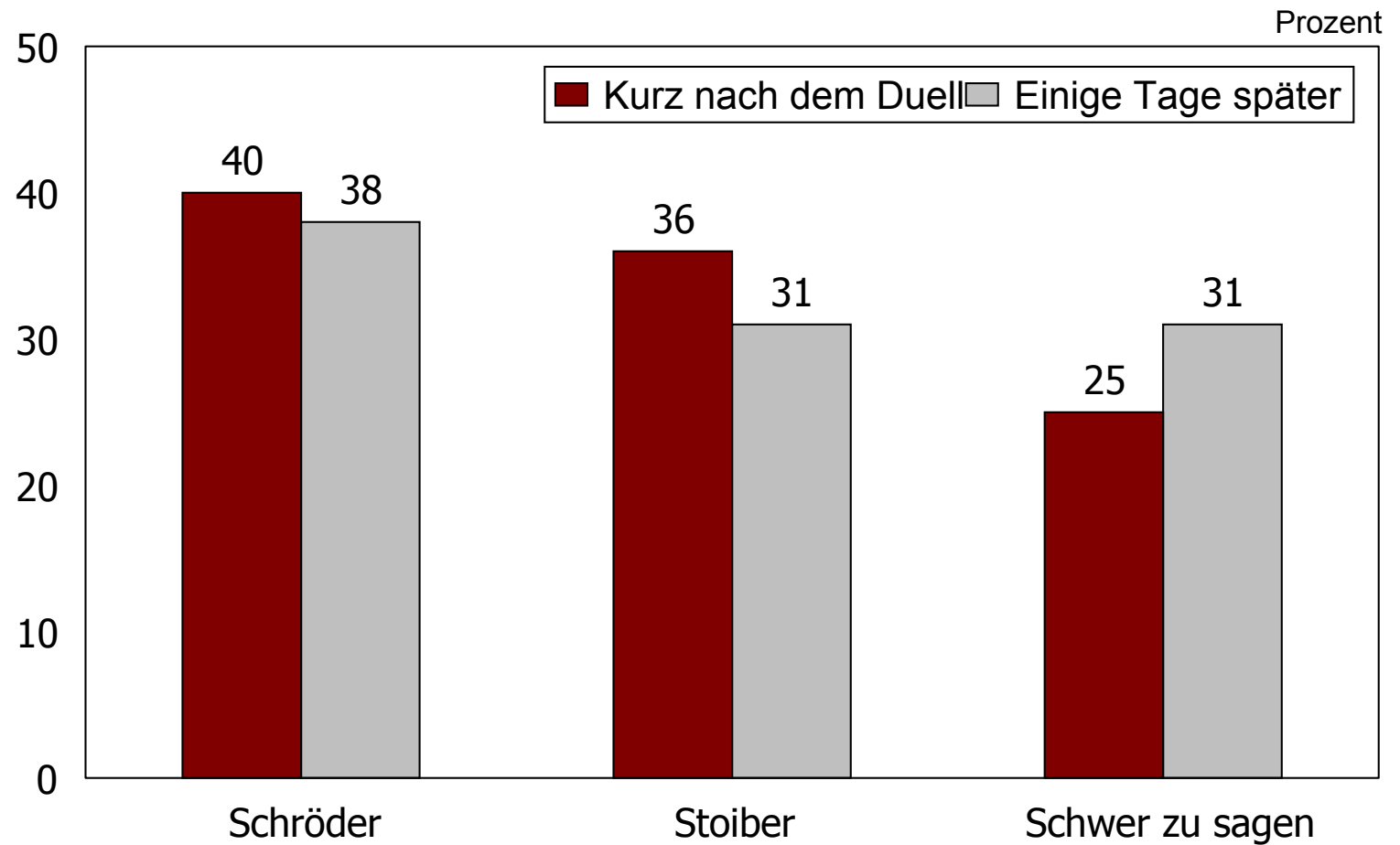
Rezeption &
Wirkung

Image

Bei den **Sehern** verliert Stoiber im Zeitverlauf

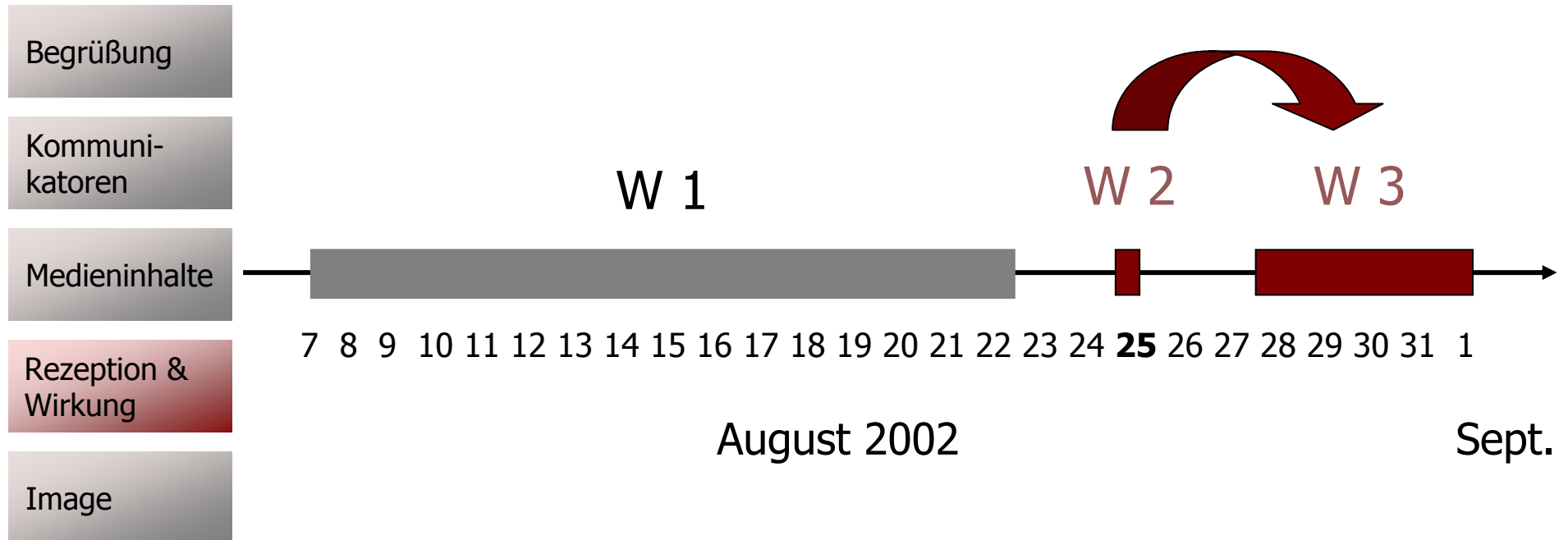
Frage: "Einmal ganz allgemein gefragt, was glauben Sie, wer das

- Begrüßung
- Kommunikatoren
- Medieninhalte
- Rezeption & Wirkung
- Image





Stärke des Panel-Designs



Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

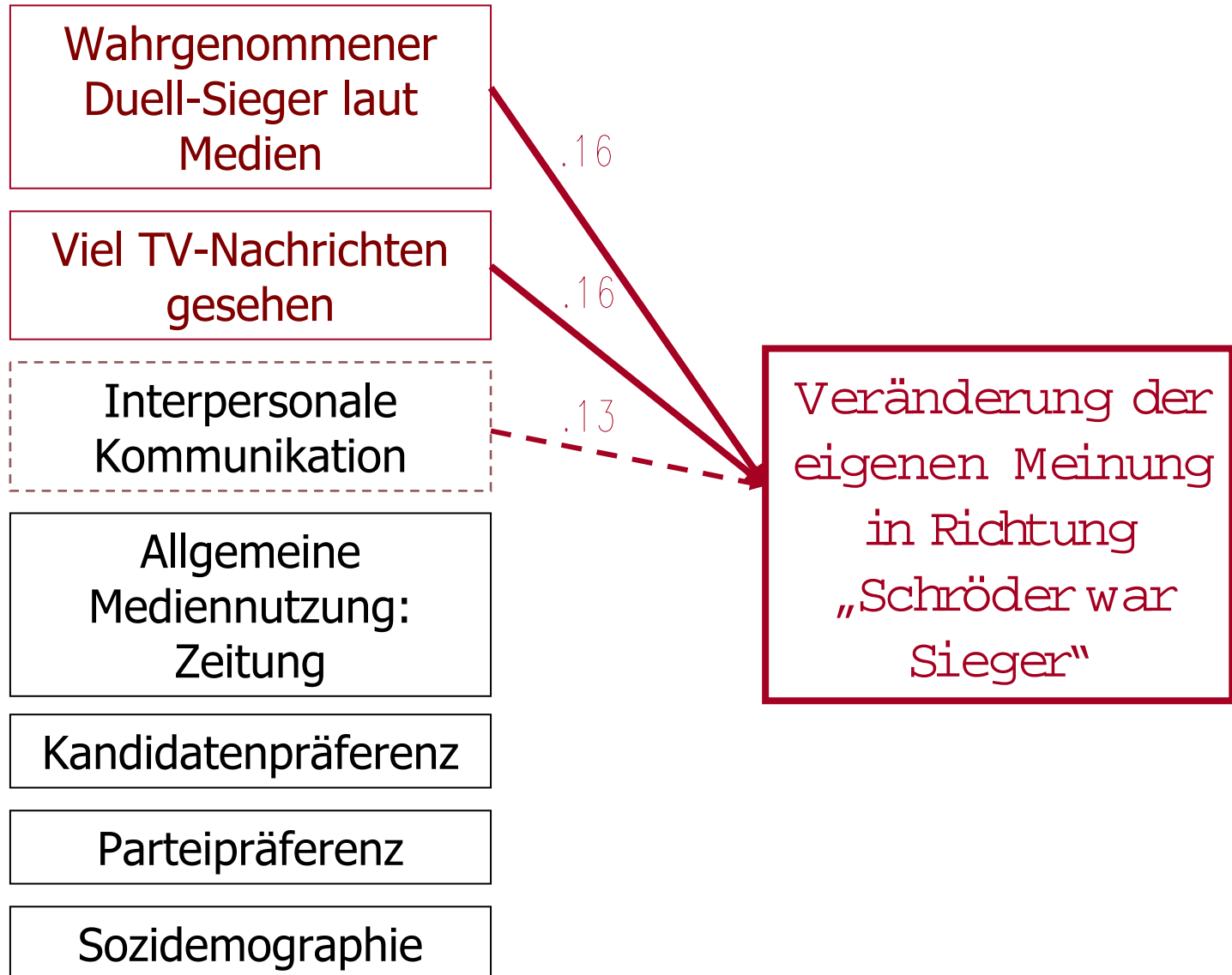
Image

Die Medien haben ja auch intensiv über das TV-Duell berichtet. Würden Sie sagen, dass Sie sich sehr oft, oft, manchmal, selten oder nie über das Fernsehduell in den Medien informiert haben?“

sehr oft	11 %
oft	34 %
manchmal	18 %
selten	26 %
nie	11 %

Erklärungen für die Veränderung zu Gunsten Schröders

- Begrüßung
- Kommunikatoren
- Medieninhalte
- Rezeption & Wirkung
- Image





Ulf Mehner

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

... studiert seit 1995 KoWi, Politik &
Soziologie

**Trau schau wem!
Sächsische Landtagsabgeordnete und ihr
Verhältnis zur Presse**

Methode: schriftliche Befragung

Stichprobe: Vollerhebung (N=120)

Zeitraum: August-Oktober 2002

Medien mit größtem Einfluss auf Landespolitik

Frage: Wenn man alle sächsischen Medien betrachtet: Welches Medium hat Ihrer Meinung nach ganz allgemein den größten Einfluss auf die Landespolitik?

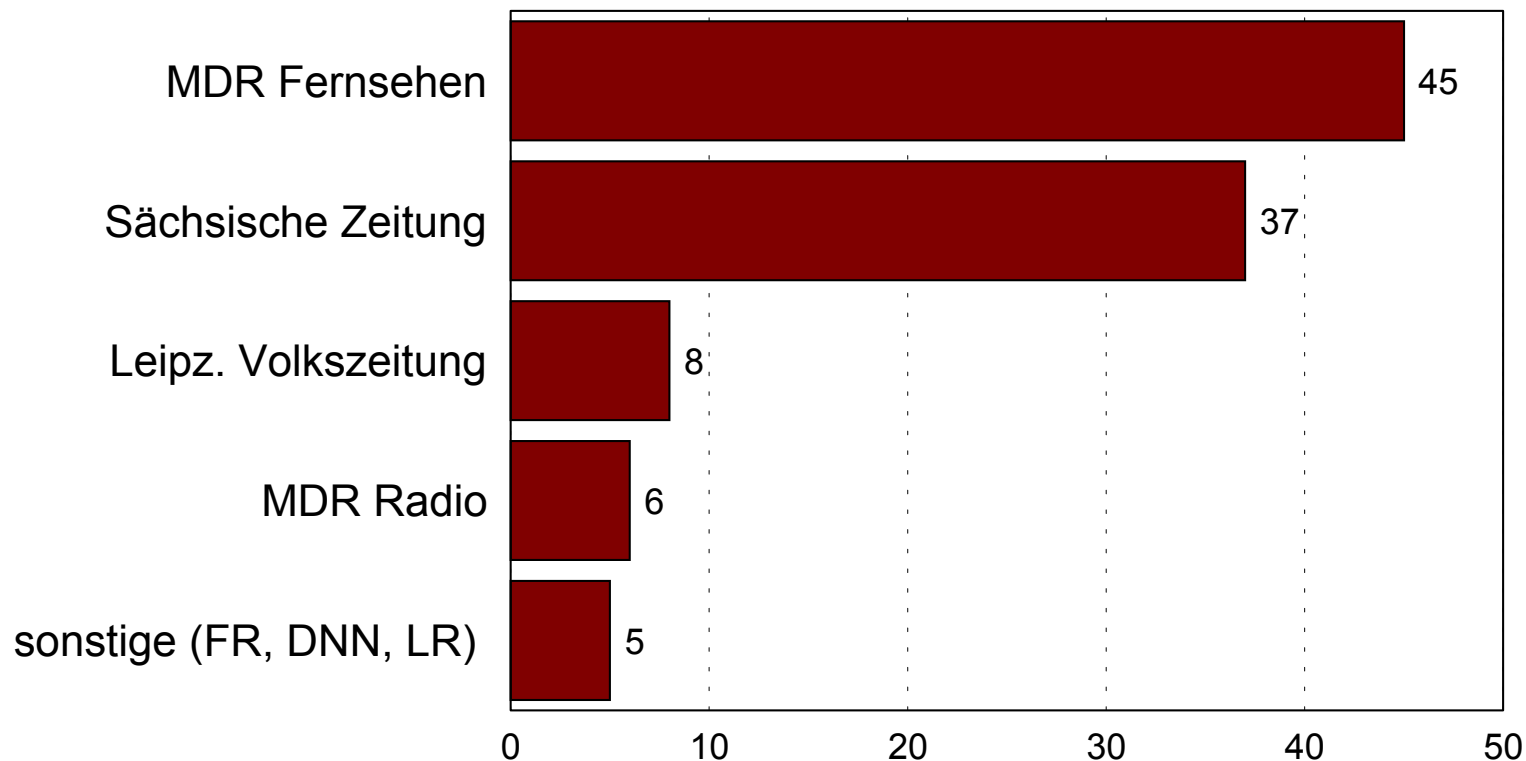
Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image



Erkennbarkeit der Parteinähe bei Journalisten

Frage: Wenn Sie einmal an die Journalisten der wichtigsten sächs. Medien denken, also von den Tageszeitungen und dem MDR: Weiß man als Politiker im Allgemeinen, welcher Partei diese Journalisten nahe stehen, oder ist das nicht erkennbar?

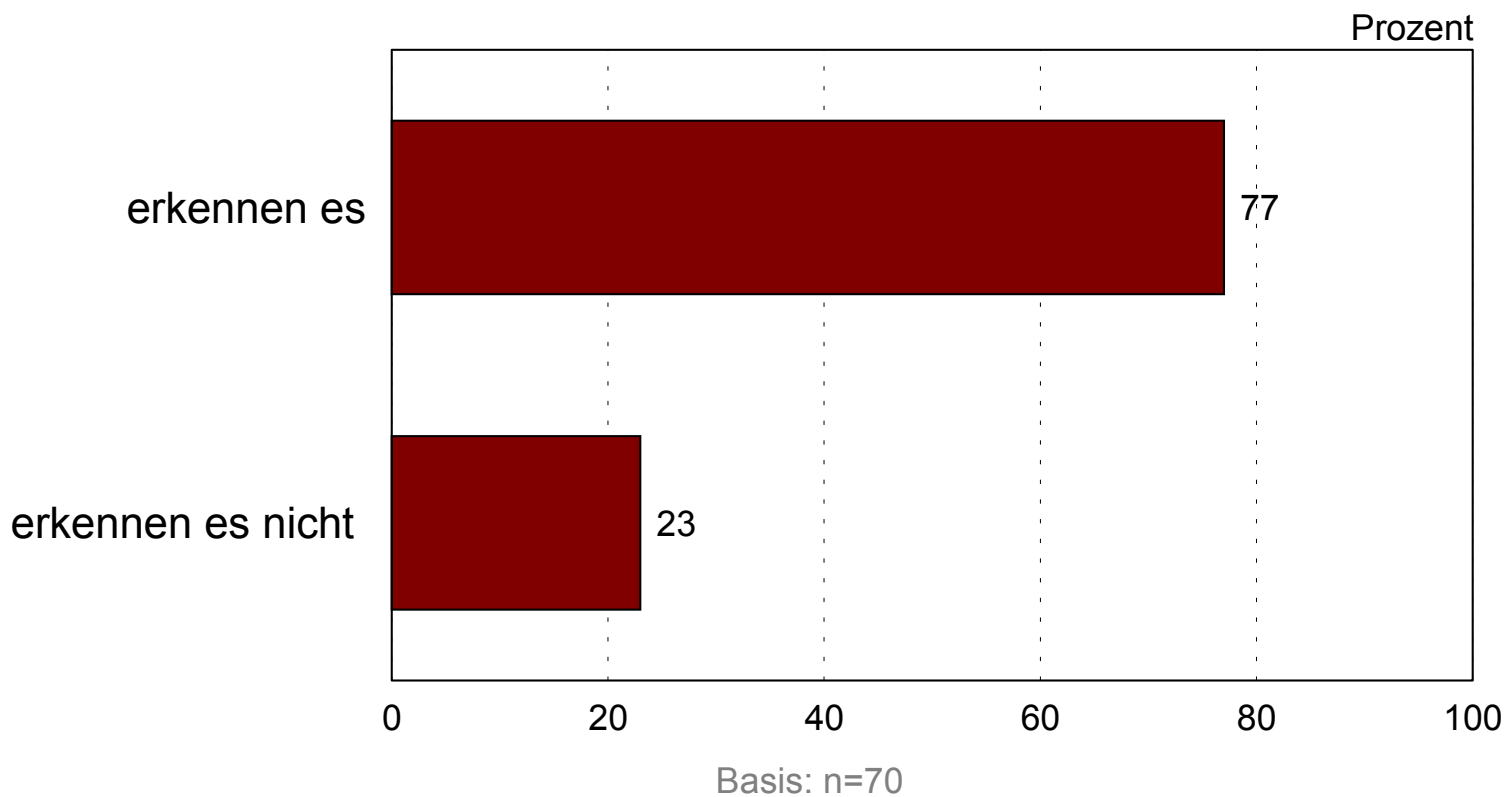
Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image



Woran erkennen Politiker diese Nähe?

Frage: Und woran kann man erkennen, welcher Partei ein Journalist nahe steht?

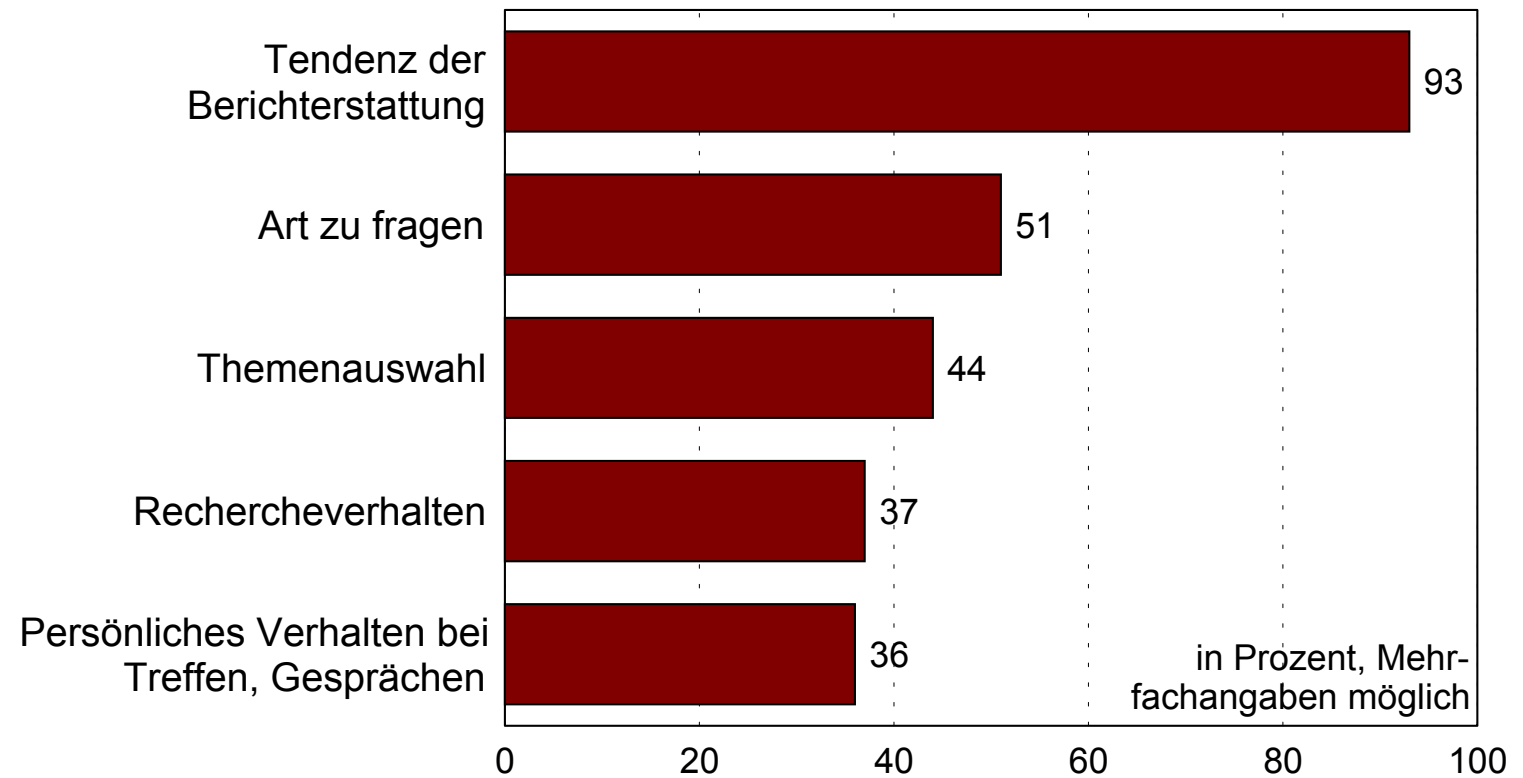
Begrüßung

Kommunikatoren

Medieninhalte

Rezeption & Wirkung

Image

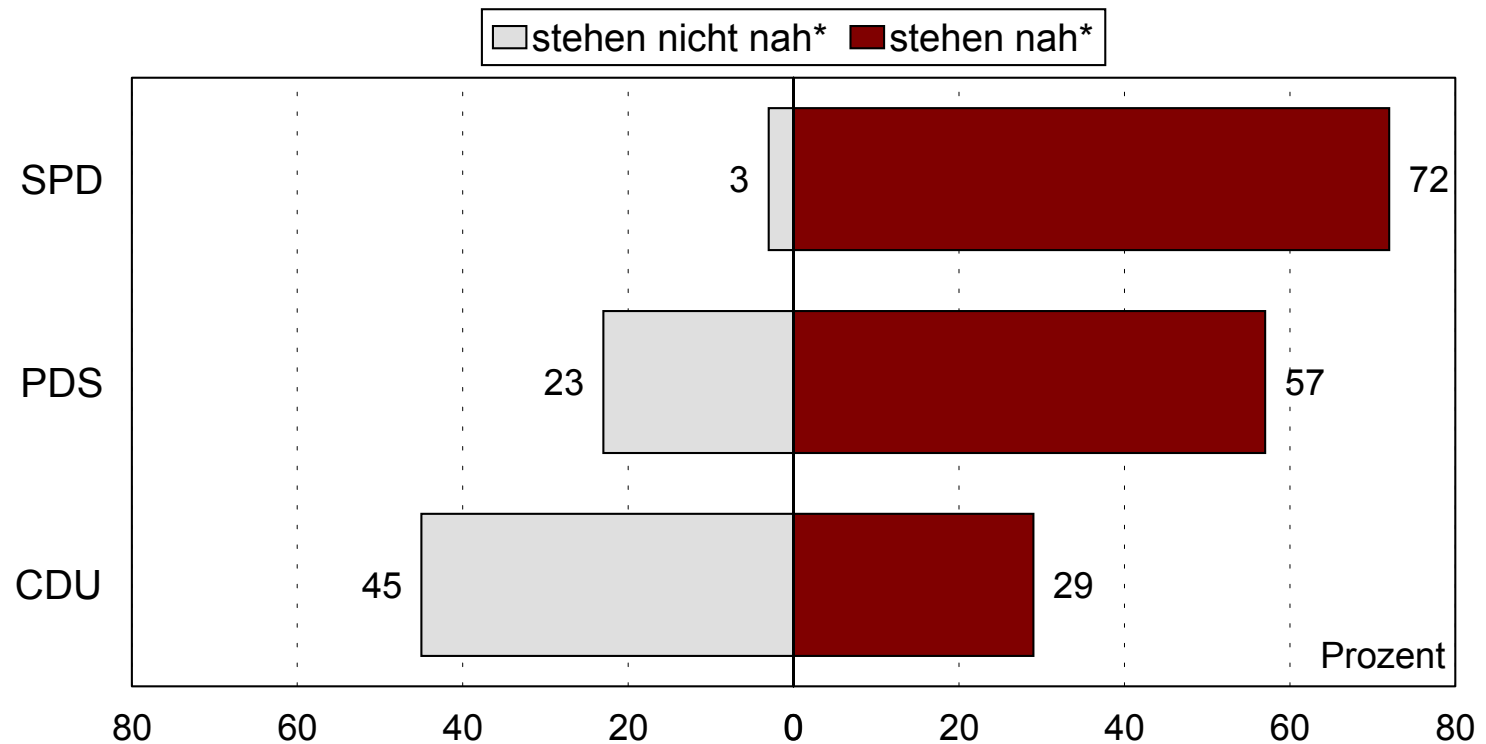


Basis: n=70

Einschätzung der politischen Nähe zu Landtagsparteien

Frage: Und wie schätzen Sie im Durchschnitt die politische Nähe von den Journalisten der wichtigsten sächsischen Medien zu den einzelnen Parteien im Sächsischen Landtag ein?

- Begrüßung
- Kommunikatoren
- Medieninhalte
- Rezeption & Wirkung
- Image

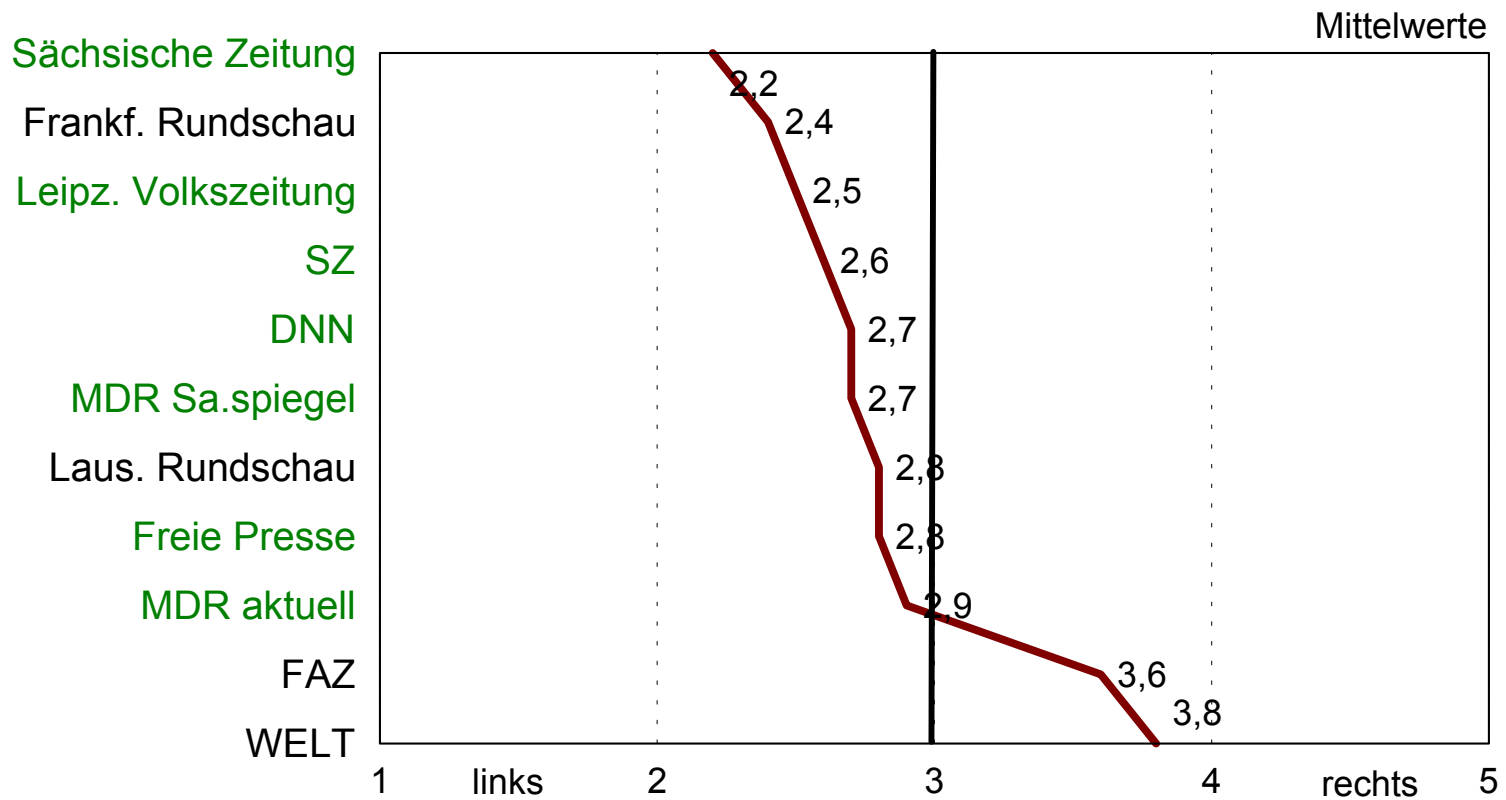


Basis: n=67-69. * Zur besseren Übersicht wurden jeweils die Ausprägungen "sehr" und "eher" zusammengefasst. Fehlende Werte zu 100 Prozent entfallen auf die Angabe "neutral".

Links-Rechts-Spektrum der Medien

Frage: Zeitungen und Fernsehsendungen haben mitunter eine bestimmte redakt. Linie (was man politisch so rechts und links nennt)... Welche redakt. Linie vertreten Ihrer Kenntnis nach die folgenden Medien?

- Begrüßung
- Kommunikatoren
- Medieninhalte
- Rezeption & Wirkung
- Image



Basis: n=55-62

Kontaktfreudigkeit mit Journalisten

Folgende Situation: Sie möchten nach einem arbeitsreichen und anstrengenden Tag ins Landtagsrestaurant „Chiaveri“ gehen, um in Ruhe etwas zu essen und ein bisschen abzuschalten. Als Sie die Tür des Lokals öffnen, sehen Sie an einem Tisch mehrere Journalisten zusammensitzen und über die heutige Debatte im

Begrüßung

Kommuni-
katoren

Medieninhalte

Rezeption &
Wirkung

Image

