

Bis zu den 80er Jahren spricht man in der Literatur von zwei großen Forschungsparadigmen in der Wirkungsforschung.

a) Nennen und beschreiben Sie diese beiden Paradigmen!

In der Wirkungsforschung existierten bis in die 80er Jahre die beiden gegensätzlichen **Forschungsparadigmen des Wirkungsansatzes und des Nutzenansatzes**. Der Wirkungsansatz geht von **starken Medienwirkungen** aus, denen die Rezipienten mehr oder weniger hilflos ausgeliefert sind. Beispiele sind die Stimulus-Response-Theorie (bzw. auch die Weiterentwicklung als S-O-R-Modell), die Schweigespirale oder der Agenda-Setting-Ansatz.

Im Gegensatz dazu postuliert der Nutzenansatz den **aktiven Rezipienten**, der sich aus dem Medienangebot gezielt Aussagen herauspickt, um damit kognitive oder affektive Bedürfnisse zu befriedigen. Er geht demzufolge von eher **schwachen Medienwirkungen** aus. Diesem Ansatz sind u. a. der Uses-and-Gratifications-Approach sowie (eingeschränkt) die Konsistenz- und Komplexitätstheorien zuzuordnen.

b) Mehrfach wurde am „Uses and Gratifications“-Ansatz (UaGA) kritisiert, die Rolle des Kommunikators bzw. der Medienaussage seien im Wirkungsprozess gegenüber der aktiven Rolle des Rezipienten unterbewertet. Dieses konzeptionelle Ungleichgewicht versucht der "dynamisch-transaktionale Ansatz" (dtA) zu vermeiden. Erläutern Sie die drei Grundpostulate des dtA!

Der **dynamisch-transaktionale Ansatz (dtA)** wurde **1982** von **Früh und Schönbach** entwickelt. Er versteht sich als **Kombination von Wirkungsansatz (S-O-R-Modell) und Nutzenansatz (UAG)**. Der Wirkungsprozess sei nämlich viel komplexer, als in den traditionellen Modellen beschrieben: Er **hängt ab vom medialen Stimulus UND vom Rezipienten**.

Die drei Grundpostulate des dtA sind **Transaktion, Dynamik und Kontext**.

TRANSAKTION: Beim dtA **verändert der Rezipient die medial übermittelte Botschaft**; er weist ihr aktiv eine Bedeutung zu. Gleichzeitig **verändert die Botschaft den Rezipienten**: Er erlangt durch sie neues Wissen und eine Sensibilität für neue Themen. Zwischen den Variablen Medienbotschaft und Rezipient läuft also eine **Transaktion** ab: Faktor A beeinflusst Faktor B und wird dabei selbst durch B beeinflusst.

Bei diesem Transaktionsprozess sind **Medien/Kommunikator und Rezipient gleichzeitig aktiv und passiv**: Zwar setzen sie im Kommunikationsprozess gewisse Bedingungen; andere Bedingungen müssen sie aber akzeptieren. Der **Kommunika-**

tor ist aktiv, indem er **Informationen selektiert und sie publikumsorientiert aufbereitet**. Die Botschaft muss sich jedoch dabei **an den Rezipientenerwartungen und an den Gegebenheiten des Mediensystems orientieren**. Der Rezipient wiederum kann zwar **aktiv aus dem Informationsangebot selektieren**. Jedoch kann er dabei nur auf **in den Medien vorhandene Informationen** zurückgreifen.

DYNAMIK: Der dtA berücksichtigt die **Dynamik des Medienwirkungsprozesses**: Die **Aussage entsteht erst im Kopf des Rezipienten** während des Vorgangs der Informationsverarbeitung. Außerdem verändert sich der Rezipient durch den Informationsverarbeitungsprozess; **neue Informationsbedürfnisse werden hervorgerufen**: Zuerst wird durch eine Medienbotschaft das Interesse des Rezipienten an einem Thema geweckt (Initialreiz). Dies führt dazu, dass neue Informationen zu diesem Thema eher wahrgenommen werden. Ist das Wissensbedürfnis nicht befriedigt, sucht der Rezipient auch aktiv nach zusätzlichen Informationen.

KONTEXT: Der dtA sieht **menschliches Handeln immer in Kontexte eingebettet**. Der Rezipient wird bestimmt durch sein **Wissen**, seine **Kognitionen** und seine **Aktivation**. Der Kommunikator hingegen wird bestimmt durch sein **Berufsrollenverständnis, wirtschaftliche, politische und organisatorische Einflüsse**. All diese Faktoren **bestimmen den Prozess der Aussagenentstehung und -rezeption**.

c) Inwiefern geht der dtA über eine bloße Kombination von S-R-Ansatz und UaGA hinaus?

Der dtA geht insofern über eine Kombination der beiden Ansätze hinaus, als er **das Prozesshafte am Kommunikationsvorgang** berücksichtigt: sowohl der Rezipient als auch die Botschaft verändern sich im Verlauf des Prozesses.

Außerdem geht er nicht von einer abhängigen und einer unabhängigen Variable aus, sondern von den **zwei unabhängigen Variablen Medienbotschaft und Rezipient**, die sich wechselseitig beeinflussen.

Drittens werden die **Variablen in einen Entstehungskontext eingebettet**, was Rückschlüsse auf Strukturzusammenhänge ermöglicht.