

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Einleitung</b>   | <b>1</b>  |
| 1.1      | Thematische Einführung  | 1         |
| 1.2      | Über die vorliegende Arbeit   | 9         |
| <b>2</b> | <b>Theoretischer Rahmen</b>   | <b>15</b> |
| 2.1      | Die Entdeckung interpersonalen Kommunikation als<br>Einflussfaktor im Medienwirkungsprozess | 16        |
| 2.1.1    | Psychologische Vorzüge persönlicher Beziehungen   | 16        |
| 2.1.2    | Erste Indizien für die Relevanz der Primärgruppe  | 22        |
| 2.2      | Die soziale Validierung der Wirklichkeit  | 25        |
| 2.2.1    | Grundannahmen und Ursprünge der Theorie der<br>sozialen Realitätsbildung                    | 25        |
| 2.2.2    | Wissenschaftliche Verortung der Theorie der<br>sozialen Realitätsbildung                    | 31        |
| 2.2.3    | Motivation und Etablierung sozial geteilter<br>Realitäten                                   | 35        |
| 2.2.4    | Implikationen für die vorliegende Untersuchung  | 38        |
| 2.3      | Formen und Mechanismen sozialen Einflusses  | 42        |
| 2.3.1    | Beiläufiger sozialer Einfluss   | 43        |
| 2.3.2    | Gehorsam: Absichtlicher sozialer Einfluss<br>in hierarchischen Beziehungen                  | 47        |
| 2.3.3    | Compliance: Absichtlicher sozialer Einfluss<br>in heterarchischen Beziehungen               | 50        |
| 2.3.4    | Einflussziele und Beeinflussungstaktiken in sozialen<br>Interaktionen                       | 56        |
| 2.3.5    | Einflüsse der Gruppe als soziale Entität  | 62        |

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 2.3.6    | Öffentliche Konformität, private Konformität und Konversion .....         | 67         |
| 2.3.7    | Implikationen für die vorliegende Untersuchung .....                      | 75         |
| 2.4      | Meinungsführer: Schlüsselpositionen in sozialen Netzwerken .....          | 79         |
| 2.4.1    | Grundidee und Ursprung des Meinungsführerkonzepts .....                   | 80         |
| 2.4.2    | Meinungsführer als Mittler von Informationen .....                        | 85         |
| 2.4.3    | Meinungsführer als Meinungsmacher .....                                   | 93         |
| 2.4.4    | Erkennungsmerkmale von Meinungsführern .....                              | 101        |
| 2.4.5    | Implikationen für die vorliegende Untersuchung .....                      | 108        |
| 2.5      | Medieninhalte als Gegenstand interpersonaler Kommunikation .....          | 112        |
| 2.5.1    | Relevanz, Kontext und Anlass von Anschlusskommunikation .....             | 113        |
| 2.5.2    | Funktionen von Medienverweisen für die interpersonale Kommunikation ..... | 121        |
| 2.5.3    | Kognitive Hindernisse der korrekten Wiedergabe von Medieninhalten .....   | 130        |
| 2.5.4    | Erklärungsfaktoren der Erinnerungs- und Reproduktionsleistung .....       | 139        |
| 2.5.5    | Implikationen für die vorliegende Untersuchung .....                      | 148        |
| <b>3</b> | <b>Zusammenführung der theoretischen Vorüberlegungen .....</b>            | <b>153</b> |
| 3.1      | Modellierung .....  | 153        |
| 3.2      | Theoretische Annahmen .....   | 169        |
| <b>4</b> | <b>Methodik der empirischen Untersuchung .....</b>                        | <b>177</b> |
| 4.1      | Untersuchungsanlage .....   | 178        |
| 4.1.1    | Methodische Vorüberlegungen .....   | 178        |
| 4.1.2    | Verdeckte Feldbeobachtung und Anschlussbefragung ....                     | 184        |
| 4.1.3    | Medieninhaltsanalyse .....  | 196        |
| 4.2      | Operationalisierung .....   | 202        |
| 4.2.1    | Verdeckte Feldbeobachtung .....   | 202        |
| 4.2.2    | Anschlussbefragung .....  | 211        |
| 4.2.3    | Medieninhaltsanalyse .....  | 217        |
| 4.2.4    | Relevante Erklärungsfaktoren im Überblick .....                           | 220        |
| 4.3      | Herausforderungen verdeckter Feldforschung .....                          | 226        |
| 4.3.1    | Forschungsethische Probleme und Lösungen .....                            | 226        |
| 4.3.2    | Schulung, Betreuung und Kontrolle der Beobachter .....                    | 233        |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| 4.4      | Reliabilität der Messung .....   | 241        |
| 4.4.1    | Verdeckte Feldbeobachtung .....  | 241        |
| 4.4.2    | Medieninhaltsanalyse .....   | 248        |
| <b>5</b> | <b>Empirische Befunde .....</b>  | <b>253</b> |
| 5.1      | Untersuchungsgrundlage .....   | 253        |
| 5.1.1    | Verdeckte Feldbeobachtung .....  | 253        |
| 5.1.2    | Anschlussbefragung .....   | 260        |
| 5.1.3    | Medieninhaltsanalyse .....   | 266        |
| 5.2      | Medieninhalte im Gespräch aus historisch vergleichender<br>Perspektive .....   | 271        |
| 5.2.1    | Salienz von Medienverweisen .....  | 272        |
| 5.2.2    | Tenor von Medienverweisen und nachfolgenden<br>Reaktionen .....  | 280        |
| 5.2.3    | Funktionen von Medienverweisen .....   | 285        |
| 5.2.4    | Erklärungsfaktoren der Pionierstudie: Auftreten<br>und Alter der Gesprächsteilnehmer, Gruppengröße,<br>Umgebung und Intensität der Gespräche ..... | 290        |
| 5.2.4.1  | Salienz von Medienverweisen .....  | 291        |
| 5.2.4.2  | Funktionen von Medienverweisen .....   | 299        |
| 5.2.5    | Zwischenfazit .....  | 307        |
| 5.3      | Salienz von Medienverweisen in der heutigen<br>Alltagskommunikation .....  | 310        |
| 5.3.1    | Erklärungsfaktoren des Medieninhalts .....   | 311        |
| 5.3.1.1  | Themenstruktur der aktuellen<br>Berichterstattung .....  | 311        |
| 5.3.1.2  | Salienz der Flüchtlingskrise in den Medien ....  | 317        |
| 5.3.1.3  | Salienz weiterer öffentlich relevanter<br>Themen in den Medien .....   | 322        |
| 5.3.1.4  | Individueller Medieninput der<br>Gesprächsteilnehmer .....   | 331        |
| 5.3.1.5  | Anmutungsqualität der Berichterstattung .....  | 335        |
| 5.3.1.6  | Nachrichtenfaktoren als Gesprächsfaktoren ....   | 344        |
| 5.3.2    | Erklärungskraft weiterer Faktoren .....  | 351        |
| 5.3.2.1  | Gesprächsteilnehmer: Letzter<br>Medienkontakt, Involvement,<br>Meinungsführerstatus und<br>Soziodemografika .....                                  | 351        |

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 5.3.2.2 | Gesprächsgruppen: Involvement,<br>Meinungshomogenität, Beziehungsqualität<br>und soziodemografische Zusammensetzung ....                              | 361 |
| 5.3.2.3 | Gesprächssituation: Gesprächsumgebung,<br>-intensität und -kontext .....  | 368 |
| 5.3.3   | Modellierung relativer Einflüsse von<br>Erklärungsfaktoren auf Personen-, Gruppen-<br>und Themenebene .....   | 378 |
| 5.3.4   | Zwischenfazit .....   | 392 |
| 5.4     | Umgang mit Medieninhalten in der heutigen<br>Alltagskommunikation .....   | 396 |
| 5.4.1   | Tenor von Medienverweisen .....   | 396 |
| 5.4.1.1 | Erklärungsfaktoren auf Inhalts-<br>und Personenebene: Anmutung des<br>Medieninhalts, Mediennutzungsverhalten,<br>Meinungsführerstatus und Alter ..... | 397 |
| 5.4.1.2 | Erklärungsfaktoren auf Gruppenebene:<br>Bewertung des Medieninhalts .....   | 408 |
| 5.4.1.3 | Integration von Erklärungsfaktoren auf<br>Personen- und Gruppenebene .....  | 415 |
| 5.4.2   | Funktionen von Medienverweisen .....  | 420 |
| 5.4.2.1 | Inhaltsseitige Erklärungsfaktoren:<br>Anmutung des Medieninhalts und<br>Gesprächsfaktoren .....   | 424 |
| 5.4.2.2 | Personale Erklärungsfaktoren:<br>Epistemisches Vertrauen,<br>Meinungsführerstatus und kultureller<br>Hintergrund .....                                | 432 |
| 5.4.2.3 | Zusammenhänge zwischen der Bewertung<br>und den Funktionen von Medienverweisen ....   | 436 |
| 5.4.2.4 | Integration inhaltlicher, personaler und<br>situativer Erklärungsfaktoren .....   | 438 |
| 5.4.3   | Zwischenfazit .....   | 442 |
| 6       | <b>Fazit</b> .....  | 447 |
| 6.1     | Zusammenfassung und Einordnung der Befunde .....  | 447 |
| 6.2     | Methodische Grenzen und Grenzverschiebungen .....   | 456 |
| 6.3     | Ausblick: Einflusspotenziale interpersonaler<br>Kommunikation im Medienwirkungsprozess .....  | 461 |
|         | <b>Literatur</b> .....  | 471 |