

1	Einleitung	1
1.1	Thematische Einführung	1
1.2	Über die vorliegende Arbeit	9
2	Theoretischer Rahmen	15
2.1	Die Entdeckung interpersonaler Kommunikation als 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 sozialen Realitätsbildung	25
2.2.2	Wissenschaftliche Verortung der Theorie der sozialen Realitätsbildung	31
2.2.3	Motivation und Etablierung sozial geteilter 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 in hierarchischen Beziehungen	47
2.3.3	Compliance: Absichtlicher sozialer Einfluss in heterarchischen Beziehungen	50
2.3.4	Einflussziele und Beeinflussungstaktiken in sozialen 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 Medienvorweisen 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
3	Zusammenführung der theoretischen Vorüberlegungen	153
3.1	Modellierung	153
3.2	Theoretische Annahmen	169
4	Methodik der empirischen Untersuchung	177
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
5 Empirische Befunde	253
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 Perspektive	271
5.2.1 Salienz von Medienverweisen	272
5.2.2 Tenor von Medienverweisen und nachfolgenden Reaktionen	280
5.2.3 Funktionen von Medienverweisen	285
5.2.4 Erklärungsfaktoren der Pionierstudie: Auftreten und Alter der Gesprächsteilnehmer, Gruppengröße, 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 Alltagskommunikation	310
5.3.1 Erklärungsfaktoren des Medieninhalts	311
5.3.1.1 Themenstruktur der aktuellen Berichterstattung	311
5.3.1.2 Salienz der Flüchtlingskrise in den Medien	317
5.3.1.3 Salienz weiterer öffentlich relevanter Themen in den Medien	322
5.3.1.4 Individueller Medieninput der 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 Medienkontakt, Involvement, Meinungsführerstatus und Soziodemografika	351

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