

Thomas N. Friemel

Sozialpsychologie der Mediennutzung

Motive, Charakteristiken und Wirkungen
interpersonaler Kommunikation
über massenmediale Inhalte

HERBERT VON HALEM VERLAG

Die Abbildung auf dem Einband visualisiert drei wichtige Befunde des Buches:

1. Gespräche über massenmediale Inhalte werden vorwiegend in reziproken Beziehungen geführt. Die Wahrscheinlichkeit, einen neuen Gesprächspartner auszuwählen ist 2.62 Mal größer (=eo.96), wenn dieser den nominierenden ebenfalls als Gesprächspartner ausgewählt hat.
2. Soziale Netzwerke mit Bezug zu Medieninhalten zeichnen sich aber nicht nur durch eine ausgeprägte Reziprozität aus, sondern verfügen auch über lokale Hierarchien. Analog dem Sprichwort "der Freund meines Freundes ist auch mein Freund" gibt es in Gesprächsnetzwerken triadische Strukturen, welche die Auswahl von Personen begünstigt, über die man direkt verbunden ist. Dies wird durch den Log-Odds-Wert von eo.24 ausgedrückt.
3. Trotz dieser hierarchischen Struktur in Gesprächsnetzwerken sind es nicht Beeinflussungsprozesse durch Meinungsführer, die zu homogenen Mediennutzungsmustern in sozialen Netzwerken führen. Entgegen der weitverbreiteten Annahme sind es Prozesse der sozialen Selektion, die hierfür verantwortlich sind (eo.34). Analog dem Sprichwort "Gleich und Gleich gesellt sich gern".

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas N. Friemel
Sozialpsychologie der Mediennutzung
Motive, Charakteristiken und Wirkungen interpersonalen Kommunikation über
massenmediale Inhalte
Köln: Halem, 2017
ISBN 978-3-7445-0349-5

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2013 (978-3-86764-282-8)

Einband: Susanne Fuellhaas, Konstanz
Titelgrafik: Thomas N. Friemel, Zürich

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22, 51063 Köln
E-Mail: info@halem-verlag.de
URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

1	Einleitung	11
1.1	Forschungsfrage.....	13
1.2	Übersicht.....	15
2	Publizistikwissenschaftliche Forschung zur interpersonalen Kommunikation	17
2.1	Begriffsbestimmung.....	19
2.2	Massenmedien als Gesprächsthema	29
2.3	Uses-and-Gratifications-Ansatz	34
2.4	Mediensozialisation	43
2.5	Medienpräferenzen als zentrales Persönlichkeitsmerkmal.....	45
2.6	Mehr-Stufen-Fluss der Kommunikation	49
2.7	Agenda-Setting	61
2.8	Schweigespirale	69
2.9	Funktionen von Kommunikation	72
3	Grundlagen sozialer Dynamiken	85
3.1	Begriffsbestimmung.....	86
3.2	Unsicherheits-Reduktionstheorie	88
3.3	Austauschtheorie.....	89
3.4	Balancetheorie	92
3.5	Soziale Vergleichstheorie	94
3.6	Kognitive Dissonanztheorie.....	97
3.7	Theorie der sozialen Identität.....	98
3.8	Dynamic Social Impact Theory	101
3.9	Theorie der Einzigartigkeit	102
3.10	Soziale Netzwerkanalyse	104
4	Funktionen interpersonaler Kommunikation über massenmediale Inhalte	125
4.1	Systematik der Funktionen.....	125
4.2	Kognitive Verarbeitung	130
4.3	Affektive Verarbeitung und Stimmungsregulierung	138
4.4	Soziale Positionierung	145

Inhalt

4.5	Information	157
4.6	Medienselektion.....	165
5	Untersuchungsanlage	173
5.1	Anforderungen an das Untersuchungssetting.....	175
5.2	Beschreibung des Untersuchungssettings	181
6	Mediennutzung von Jugendlichen	187
6.1	Mediennutzung im Untersuchungszeitraum.....	187
6.2	Entwicklung seit 1976.....	196
6.3	Einflussfaktoren und Stabilität.....	198
7	Mediennutzung im sozialen Kontext.....	201
7.1	Peergruppe	201
7.2	Erwachsene	205
7.3	Peergruppe und Erwachsene im Vergleich	207
7.4	Schulklasse und Schule.....	210
8	Interpersonale Kommunikation über Massenmedien	211
8.1	Themen interpersonaler Kommunikation.....	211
8.2	Gesprächszeitpunkt	222
8.3	Fernsehbezogene Gespräche	230
9	Netzwerkdynamiken der Mediennutzung.....	249
9.1	Operationalisierung zentraler Variablen	250
9.2	Validierung der Gesamtnetzwerke	252
9.3	Einführung in die Methodik	256
9.4	Zusammenfassung und Hypothesen.....	269
9.5	Strukturelle Vorprüfungen	271
9.6	Modell der Netzwerkdynamiken.....	272
9.7	Diskussion der Befunde	278
10	Fazit	281
10.1	Motive, Funktionen und Effekte	282
10.2	Mikro-Meso-Makro	283
	Abbildungen	285
	Tabellen.....	287
	Literatur.....	291

Beim Aufrufen des Buchtitels auf www.uvk.de kann der zugrundeliegende Fragebogen eingesehen und heruntergeladen werden.

Hinweise auf weitere Publikationen zum Thema sind auf der Website des Autors www.friemel.com verfügbar.