Stichworte zur Medien-Wirkungs-Analyse

1. (Medien-)Eigeninteressen	2. Instrumente/Aktivitäten	3. Wirkungen: Personen/Publikum	4. Subjekt-Konstitution	5. Forschungs-Theoreme
1.1. ökonomisch			**Kollektive Interessen**	
Einnahmen/Gewinn Reichweite/Einschaltquoten Werbe-Einnahmen	Oberflächlichkeit (vor allem TV) Sensations-Berichterstattung Primär Unterhaltung/Werbung Privates wird Öffentlich Rückkoppelungen (Umfragen)	Ausblendung des Denkens Orientierungslosigkeit Entpolitisierung Entmenschlichung Medien-Abhängigkeit/Sucht Mediatisierung von Politik, Telegenität	Unterhaltungs-Interesse Sensations-Interesse Informations-Interesse (auch an „Produkt-Informationen“)	Schweigespirale Bandwaggon-Effekt Vorderbühne und Hinterbühne Verschwinden der Kindheit
…….		Aufklärung, Politisierung		
1.2. politisch				
Macht(erhalt), Reputation als Institution				
Glaubwürdigkeit als Quelle	Korrekte Information	Schaffung von Transparenz (Weiter-)Bildung		Wissenskluften
		Über-Information	Lebensrhythmik versus Nachrichtenrhythmik	
Meinungsführerschaft	Agenda-Setting		subjektive Relevanzstruktur Publikumsagenda versus Medienagenda	Medien-Priming doppeltes Meinungsklima
Meinungs-Beeinflussung (kurzfristig/langfristig)	Information: Selektion/Bewertung Zensur Fehlinformation/Manipulation Konstruktion von Wirklichkeiten	Wandel Einstellung/Meinung Informationsdefizite soziales Lernen/Nachahmung	Manipulations-Resistenz Bildungs-Voraussetzungen Persönlichkeitsstärke Gruppennormen-Relevanz Meinungsführer-Rolle Involvement	Medium als Botschaft Kultivierungs-Effekte Sleeper-Effekt Third-Person-Effekt Trigger Events Bewusstseinsindustrie
direkte (politische) Effekte	Erzeugung von Reaktionen	Auslösung von Emotionen erwartete/unerwartete Reaktionen		Reiz-Reaktions-Modell Spektakuläre Wirkungen
……		Förderung von Widerstand		
1.3. persönlich				
Unternehmer-Erfolg Journalisten-Erfolg (Reputation, Aufstieg, Einkommen)	Gatekeeper-Funktion Berufsethik Orientierung an Macht/Geld			Wechselwirkungen zwischen Medien und Personen/Publikum
Netz-Aktivisten-Erfolg	Information, Transparenz, Aufklärung	Förderung von Diskursen/Partizipation	Formulierung kollektiver Interessen	Strukturwandel der Öffentlichkeit
…….				

Edgar Einemann Juli 2014