



**Christine E. Meltzer:**  
*Medienwirkung trotz Erfahrung. Der Einfluss von direkter und medial vermittelter Erfahrung eines Ereignisses.*  
 Wiesbaden 2017: Springer VS.  
 266 Seiten, 44,99 Euro

## Medienwirkung und Erfahrung

Die alte romantische Idee, dass es noch eine von Medien unverfälschte Welt mit richtigen sozialen Erfahrungen gebe, ist kaum noch verbreitet. Vielmehr hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass soziale und mediale Erfahrungen sich gegenseitig ergänzen und sich manchmal auch überschneiden. Letzteres ist der Ausgangspunkt für die Dissertation der Mainzer Kommunikationswissenschaftlerin Christine E. Meltzer, die sich zum Ziel gesetzt hat, herauszufinden, wie die mediale Berichterstattung über ein Ereignis die Wahrnehmung und Bewertung dieses Ereignisses durch die Menschen, die quasi „live“ dabei waren, beeinflusst. Ihr geht es um die Frage, „ob Medien wirken können, obwohl persönliche Erfahrung vorliegt“ (S. 23). In ihrer Auseinandersetzung mit den Erfahrungsbegriffen kann sie zeigen, „dass die Wahrnehmung von persönlicher und medial vermittelter Erfahrung sich unterscheiden“ (S. 53). Während der Mensch in einer persönlichen Erfahrungssituation auch in das Geschehen eingreifen kann, ist dies bei medialer Erfahrung kaum möglich. Hier stehen journalistische Selektionsprozesse und mediale Darbietungsformen zwischen einem Ereignis und der medialen Wahrnehmung durch die Leser, Hörer, Zuschauer. Die Autorin konzentriert sich in ihrer Studie auf journalistische Nachrichten; fiktionale Erzählungen und Unterhaltungsshows klammert sie aus, auch wenn sie deren Beitrag zur Realitätskonstruktion der Menschen nicht leugnet.

Auf ihre Forschungsfrage möchte sie eine experimentelle Antwort geben. So entscheidet sie sich für ein Ereignis, das leicht zugänglich war: die Begrüßung der Erstsemester durch den Präsidenten der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Um das Experiment umzusetzen, „wird in der vorliegenden Untersuchung ein Stimulus in Form einer medialen Berichterstattung über ein Ereignis Besuchern und Nichtbesuchern des Ereignisses im Anschluss an das Ereignis randomisiert zugewiesen“ (S. 113). An der Befragung nahmen 567 Studierende teil, knapp 10 % der Erstsemester an der gesamten Universität. Als medialer Stimulus wurde ein Fernsehbeitrag in verschiedenen Varianten erstellt. „Die Wahl des Mediums fiel deswegen auf das Fernsehen, weil Fernsehen durch sei-

nen audiovisuellen Charakter eine hohe Symptomfülle aufweist. Es ist daher am ehesten konkurrenzfähig zur persönlichen Erfahrung der Veranstaltungsbesucher“ (S. 121). Eine negative Berichterstattung verändert die Bewertung des Ereignisses durch die Teilnehmer. „Die mediale Darstellung wird allerdings nicht vollständig übernommen [...], sondern vielmehr angepasst“ (S. 178). Das kann auch dazu führen, dass die Medienquelle abgewertet wird. Das trifft auf alle Aspekte der Veranstaltung zu, mit einer Ausnahme, „der Einschätzung der Professionalität des Redners. Hier wirkt der Film nur auf diejenigen, die bei der Veranstaltung nicht anwesend waren“ (S. 207). Die Autorin führt das auf die Verdichtung im medialen Beitrag zurück. Interessant ist, dass nicht nur ein positiver Beitrag, sondern auch ein Beitrag, der der eigenen Einschätzung der Studierenden entsprach, zu einer insgesamt noch stärker positiven Bewertung des Ereignisses führt (vgl. S. 208). Insgesamt fasst Meltzer ihre Ergebnisse folgendermaßen zusammen: „Trotz persönlicher Erfahrung kann ein diskrepanter medialer Beitrag wirken. Diese Effekte wurden vermutlich durch die Künstlichkeit der Rezeptionssituation und der direkt darauf folgenden Veranstaltungsbewertung sowie den starken Konformitätsdruck des medialen Beitrags verstärkt“ (S. 216). Insgesamt sind die gefundenen Effekte aber nicht stark genug, um sie aus der experimentellen Situation allgemein auf die Medienrezeption und die persönliche Erfahrung bei Ereignissen zu übertragen. Die Studie zeigt trotz der interessanten Ausgangsfrage, dass experimentelle Studien – auch wenn sie mit einem hohen Aufwand durchgeführt wurden – nur einen sehr begrenzten Erkenntniswert besitzen. Das ist aber nicht der Autorin anzulasten. Experimente schaffen Sondersituationen, die frei von vielen Einflüssen des „normalen“ Alltagslebens sind. Medienwirkungen lassen sich nicht auf wenige Faktoren reduzieren, sondern entstehen in einem komplexen Zusammenspiel von persönlicher Erfahrung, (sozial-)psychologischer Disposition, der situativen Rahmung von Ereignissen und der Medienrezeption, sozialen und kulturellen, ökonomischen und politischen Bedingungen, die sowohl das soziale Leben als auch das mediale Leben beeinflussen. Dieser Komplexität können experimentelle Forschungen nicht gerecht werden. In diesem Sinne regen die Ergebnisse dieser Studie bestenfalls zu neuen Gedankenspielen zum Zusammenhang von persönlicher und medialer Erfahrung an.

Prof. Dr. Lothar Mikos