

#### 4. WISSENSCHAFTLICHE HYPOTHESEN

Es gilt zunächst, ein Kategoriensystem zu entwickeln, mit dessen Hilfe sich die Vermittlungsleistung eines Psychologie- Experten im Rahmen eines Fernsehinterviews erfassen und hermeneutisch- interpretativ auswerten lässt:

- Es soll ein Kategoriensystem entwickelt werden (Evaluationsinstrument I), mit dessen Hilfe sich der Fragestil (Duktus) des Interviewers erfassen lässt sowie die zentrale kommunikative Rollenanforderung, die an einen Psychologen im Rahmen eines Fernseh- bzw. Hörfunkinterviews gestellt wird.
- Es soll, ein Kategoriensystem entwickelt werden (Evaluationsinstrument II), mit dessen Hilfe sich das zentrale Vermittlungsproblem zwischen Journalist und Psychologe erfasst lässt sowie die verbalen Vermittlungstechniken, mit denen das Vermittlungsproblem von Seiten des Psychologie- Experten zu lösen versucht wird.
- Es soll ein Kategoriensystem entwickelt werden (Evaluationsinstrument III), mit dessen Hilfe sich die Erwartungen von Journalisten gegenüber Psychologie- Experten erfassen lassen.

#### HYPOTHESE 1: **Vermittlungsschwierigkeiten und Rollenanforderungen sind themenbedingt**

*Die Vermittlungsschwierigkeiten sowie die Rollenanforderungen (Praktiker, Experte, Forscher) sind themen- bedingt, d.h. sie erklären sich aus den „Merkmalen“ des Forschungs- bzw. Arbeitsfeldes, das von einem Psychologen in den Medien „vertreten“ wird. Es ist möglich, die kommunikativen Herausforderungen für die einzelnen psychologischen Teilbereiche (Klinische Psychologie, ABO- Psychologie, etc.) gesondert zu bestimmen.*

Der Hypothese 1 liegt die Annahme zugrunde, dass sich die kommunikativen „Hürden“, denen sich ein interviewter Experte gegenüber sieht, aus den „Eigenheiten“ seines Forschungsfeldes erklären lassen (Themeneffekt statt Personeneffekt).

---

**HYPOTHESE 2: Laienorientierung garantiert nicht automatisch einen Kommunikationserfolg**

*Das Kommunikationsproblem zwischen Journalist (bzw. Laie) und Psychologie-Experte ist mehr als ein Sprach- bzw. Übersetzungsproblem. Das Verwenden bestimmter Indikatoren der Laienorientierung (Kontrastierung, Metaphorisierung, Explikation anhand von Fallgeschichten und Beispielen, etc.) ist nicht per se ein Garant für eine erfolgreiche Experten- Journalisten- Kommunikation. Anhand der transkribierten Interviewtexte lässt sich nachweisen, welche Vermittlungstechniken unter welchen Bedingungen zu einem Gelingen resp. Misslingen der Experten-Journalisten-Kommunikation beitragen.*

Der Hypothese 2 liegt die Annahme zugrunde, dass laienorientierte Vermittlungstechniken sowohl eine kommunikative Chance als auch ein kommunikatives Risiko für den Experten (Psychologen) darstellen können. Die formale Verwendung eines Laienindikators durch einen Psychologie-Experten gibt noch keinen Aufschluss darüber, ob eine Kommunikation glückt oder nicht (Laienorientierung als kommunikatives Risiko).

**HYPOTHESE 3: Ideales Experten-Verhalten ist nicht einlösbar**

*Das Vermittlungsproblem zwischen Journalist und Psychologie-Experte lässt sich abschwächen, indem der Psychologie-Experte die Feedback-Ratschläge des Journalisten (bzw. des Trainers) berücksichtigt. Die erfolgreiche Umsetzung der Feedback-Ratschläge ist jedoch aufgrund der geringen Planbarkeit eines Interviewverlaufes nur schwer möglich, weshalb das (verbale) Interviewverhalten der Psychologie-Experten aus Sicht der Journalisten (Trainer) unter beiden Interviewbedingungen suboptimal ausfällt.*

Der Hypothese 3 liegt die Annahme zugrunde, dass es nicht möglich ist, ein idealtypisches Expertenverhalten normativ bestimmen zu können (situationale Bedingtheit des Interviewverhaltens).

---

**HYPOTHESE 4: Das Training führt aus Sicht der Teilnehmer zu einem Zuwachs an Wissen über das System „Journalismus“**

*Das Training wird von den Psychologie-Experten insgesamt positiv beurteilt. Das Training hat aus Sicht der Teilnehmer zu einem Zuwachs an Wissen über die Funktionsweise des Systems Journalismus geführt (a) sowie zu einem Zuwachs an Vertrauen in das System Journalismus (b).*

Der Hypothese 4 liegt die Annahme zugrunde, dass summativ erhobene Evaluationsdaten (z. B. Teilnehmerbefragungen) wenig Aufschluss darüber liefern, welche Trainingsinhalte verbesserungswürdig sind.

**HYPOTHESE 5: Vermittlungsleistung ist das Produkt eines interaktionalen Geschehens**

*Die manifest werdende Vermittlungsleistung wird maßgeblich durch das Verhalten der Trainer beeinflusst, weshalb das gezeigte Verhalten des jeweiligen Psychologie-Experten nicht vorschnell als Ausdruck einer intrapersonalen kommunikativen Kompetenz gewertet werden darf.*

**Hypothese 5a: Vermittlungsleistung wird durch Interviewmodus determiniert**

*Die Vermittlungsleistung des interviewten Psychologie-Experten wird durch die intentionale Grundausrichtung des Interviews (wohlwollendes vs. kritisches Interview) beeinflusst.*

**Hypothese 5b: Vermittlungsleistung wird durch Fragetechnik determiniert**

*Die Vermittlungsleistung des interviewten Psychologie-Experten wird durch die Fragetechnik beeinflusst, derer sich der jeweilige Journalist (Trainer) bedient.*

**Hypothese 5c: Vermittlungsleistung wird durch das Psychologieverständnis determiniert**

*Die Vermittlungsleistung wird durch das Bild der Psychologie beeinflusst, das der jeweilige Journalist (Trainer) während des Interviews implizit oder explizit entwirft.*

Der Hypothese 5 liegt die Annahme zugrunde, dass die im Rahmen eines Medientrainings gezeigte kommunikative Performanz als gemeinschaftliche Leistung des Journalisten und des Psychologie-Experten angesehen werden muss (Interview als Interaktionsproblem und nicht als Kompetenzproblem).

---

**HYPOTHESE 6: Die einzelnen kommunikativen Erwartungen der Trainer sind unterschiedlich leicht einlösbar**

*Die im Rahmen der Interviewübungen erzielbaren Trainingseffekte – u. a. gemessen am Grad der realisierten Popularisierung, Kondensierung, Plausibilisierung eines psychologischen Sachverhaltes – sind insofern beschränkt als dass die einzelnen kommunikativen Erwartungen (Popularisieren, Kondensieren, Plausibilisieren, etc.) partiell inkompatibel bzw. unterschiedlich schwer einlösbar sind. Art und Qualität der erzielbaren Effekte (im Sinne von Veränderungen des Verbalverhaltens) werden maßgeblich durch die konzeptionelle Ausgestaltung der Interviewübungen determiniert.*

Der Hypothese 6 liegt die Annahme zugrunde, dass Medientrainings nur selektiv wirksam sein können und dass sich eher leicht zu erzielende Trainingseffekte von eher schwer zu erzielenden Trainingseffekten diskriminieren lassen.

**HYPOTHESE 7: Das Trainingskonzept lässt sich zielgruppenspezifisch optimieren**

*Die im Rahmen dieser Arbeit entwickelten Evaluationsinstrumente und die mit Hilfe dieser Instrumente gewonnenen Erkenntnisse können dazu genutzt werden, die konzeptionelle Grundlage von Medientrainings für Wissenschaftler (insbesondere für Psychologie-Experten) zu verbessern (Qualitätsentwicklung).*

Der Hypothese 7 liegt die Annahme zugrunde, dass es erst durch eine formative und prozessbezogene Evaluation möglich ist, das vorliegende, ursprünglich für Naturwissenschaftler entwickelte Medientraining optimal an die „Bedürfnisse“ von Psychologie-Experten (als Vertreter der Sozial- und Geisteswissenschaften) anzupassen.