

# **Publizistik**

## **STEP 1**

**(Burkart)**

**Möglicherweise  
prüfungsrelevante  
Fragen**

# Kurze Vorbemerkung:

Nachfolgende Fragen habe ich aus dem Forum (<http://www.univie.ac.at/strv-publizistik/php/forum/>) und aus diversen Skripten (wie auf <http://www.skripten.cc>) übernommen. Die Quelle der Antworten ist jeweils kursiv am Anfang der Frage angegeben. Wenn nicht anders bezeichnet, so stammen sie allesamt aus der „Burkart-Bibel“ ;-)

Ich freue mich auf Anregungen und Hinweise auf noch fehlende Fragen an [gerhard@loub.at](mailto:gerhard@loub.at)!

Euer

Gerhard

## 1. Zeichen: Arten, Beispiele

Burkart, S.46ff

### **Definition:**

Ein Zeichen ist eine materielle Erscheinung, der eine Bedeutung zugeordnet (worden) ist. (Das Zeichen deutet auf etwas hin, das von ihm verschieden ist.)

Prinzipiell sind 2 Arten von Zeichen zu unterscheiden:

### **Künstliche und natürliche Zeichen**

#### **Natürliche Zeichen:**

Natürliche Zeichen sind nicht zum Zweck der Kommunikation entstanden. Sie existieren unabhängig davon – als natürliche Prozesse. Kausale Verursacher dieser Zeichen sind die Objekte, auf die sie hinweisen.

#### **Beispiele für natürliche Zeichen:**

Der „Hof um den Mond“ ist ein Zeichen für Wetterverschlechterung – ein Zeichen, das durch die meteorologischen Bedingungen selbst verursacht wird.

Rauch ist ein Zeichen für Feuer – und wird durch das Feuer selbst verursacht.

Erröten ist ein Zeichen für Scham oder Verlegenheit – und wird durch das Gefühl der Verlegenheit ausgelöst.

#### **Künstliche Zeichen:**

Künstliche Zeichen sind eigens zum Zweck der Kommunikation entstanden bzw. geschaffen worden. Beim menschlichen Kommunikationsprozess sind es in der Regel sog. „konventionelle Zeichen“ (ihre Bedeutung ist das Resultat einer sozialen Übereinkunft, einer Vereinbarung zwischen Menschen). Konventionelle bedeutet das Vorhandensein einer „gesellschaftlichen Konvention“ – das Zeichen gilt also allgemein, muss nicht von den konkreten Personen für die konkrete Situation vereinbart worden sein. Davon zu unterscheiden sind „ikonische Zeichen“, die nicht vereinbart wurden, sondern dem Gegenstand ähneln, auf den sie verweisen (z.B. Fotos, realistische Gemälde, Zeichnungen, Landkarten).

#### **Beispiele für künstliche Zeichen:**

Ein künstliches Zeichen ist etwa ein Wort: So hat die Aneinanderreihung der Lautzeichen / Buchstaben T – i – s – c – h die Bedeutung „Tisch“. Diese Aneinanderreihung wurde zielgerichtet zum Zweck der zwischenmenschlichen Kommunikation gebildet und vereinbart.

Auch das Handzeichen eines Polizisten ist in gewissem Sinn ein künstliches Zeichen, da sich eine Gruppe von Menschen (Verkehrsteilnehmer) auf die Bedeutung geeinigt hat. Aber Achtung: Dieses Handzeichen ist zugleich ein Signal (s. weiter unten) – die Nennung als „künstliches Zeichen“ ohne nähere Spezifizierung reicht bei der Prüfungsfrage nicht aus!

#### **Signal:**

Ein Zeichen ist dann ein Signal, wenn seine Funktion unmittelbar auf das Verhalten anderer Lebewesen einwirken soll, eine Reaktion bzw. Aktivität hervorrufen soll. So gesehen ist das Handzeichen eines Polizisten ein Signal (prüfungsrelevant!). Im Tierreich signalisiert etwa der Schwänzeltanz der Biene eine „Handlungsanweisung“ an andere Bienen.

#### **Symbol:**

Symbole repräsentieren etwas, haben eine Vertretungsfunktion. Sie treten anstelle des Repräsentierten auf. Die Zeichenfolge T-i-s-c-h symbolisiert den Tisch. Die Fahne repräsentiert einen Staat, eine Gemeinschaft von Sportlern. Das Missachten der Fahne symbolisiert damit die Missachtung der repräsentierten Gemeinschaft.

## 2. Was ist unter Medien erster und zweiter Ordnung zu verstehen?

*Burkart, S.45*

*Kubicek/Schmid/Wagner 1997, S. 32 ff*

### **Medien erster Ordnung:**

Sind die Infrastruktur, eröffnen die Möglichkeiten der Vermittlung, des Speicherns bzw. Abrufens von Mitteilungen. Sie sind „Technik mit Potentialität“, ermöglichen Medien 2. Ordnung. Beispiele: Telefon, Faxgerät, CD, Internet-Infrastruktur.

### **Medien zweiter Ordnung:**

Institutionalisierte Kommunikatoren nutzen die Medien erster Ordnung, die technischen Mittel zur Herstellung und Verbreitung von Inhalten. Sie setzen sie zur Selektion, Strukturierung und Präsentation von Aussagen im Hinblick auf ein Publikum.

### **Standardbeispiel:**

Das Internet ist ein Medium 1. Ordnung, ist technische Infrastruktur, durch die ein Medium 2. Ordnung entsteht (etwa eine Online-Zeitung, eine Forumdiskussion).

## 3. UNIVERSALITÄT

*Nicht im Burkart-Buch enthalten*

Eine der 4 Eigenschaften der Kommunikation nach Klaus Merten bedeutet, dass Kommunikation in viele Bereiche des menschlichen Lebens hineinreicht, und dass der Begriff Kommunikation in diversen wissenschaftlichen Soziologie, Theater- Film und Medienwissenschaft etc.)

## 4. PROFANITÄT

*Nicht im Burkart-Buch enthalten*

Eine der 4 Eigenschaften der Kommunikation nach Klaus Merten, bedeutet, dass Kommunikation etwas **Banales** ist, eine uns allen gewohnt tägliche Erscheinung.

## 5. Nachrichtenfaktoren + Anwendung

*Burkart, S. 179ff*

Nach der „**Nachrichten-Wert-Theorie**“ von **Östgaard** im Unterschied zur Gatekeeper-Forschung:

### **1) Einfachheit der Nachricht**

Einfache Nachrichten werden komplexen Nachrichten vorgezogen, komplexe Sachverhalten werden von Journalisten möglichst vereinfacht dargestellt

### **2) Identifikation**

Eine Identifikation des Rezipienten mit dem Nachrichteninhalt soll ermöglicht werden: z.B.: bei Berichten über bereits bekannte Sachverhalte, Erwähnung prominenter Akteure, räumliche, zeitliche, örtliche Nähe zum Publikum

### **3) Sensationalismus**

Dramatische, emotional erregende Ereignisse

Erweitert wird diese Gliederung durch die **18 Nachrichtenfaktoren in 6**

**Faktorendimensionen nach Schulz**

## **NRF nach Schulz:**

### **1) Zeit**

#### **- Dauer**

(punktuelle Ereignisse haben einen höheren Nachrichtenwert als Ereignisse von langer Dauer)

#### **- Thematisierung**

(ein bereits langfristig in der öffentlichen Wahrnehmung etabliertes Thema hat einen höheren Nachrichtenwert als ein noch nicht etabliertes)

### **2) Nähe**

#### **- räumliche Nähe**

(geographische Entfernung zwischen Ereignisort und „Redaktionssitz“<sup>1</sup>)

#### **- politische Nähe**

(Ausprägung der (wirtschafts)politischen Beziehungen zum Ereignisland)

#### **- kulturelle Nähe**

(kulturelles Naheverhältnis zum Ereignisland (sprachlich, religiös, literarisch, wissenschaftlich))

#### **- Relevanz**

(Grad der Betroffenheit, der existentiellen Bedeutung eines Ereignisses)

### **3) Status**

#### **- regionale Zentralität**

(bei nationalen Nachrichten: Grad der politisch-ökonomischen Bedeutung der Ereignisregion für den Rezipienten)

#### **- nationale Zentralität**

(bei internationalen Nachrichten: wirtschaftliche, wissenschaftliche und/oder militärische Macht des Ereignislandes)

#### **- persönlicher Einfluß**

(bezieht sich auf die politische Macht der beteiligten Personen)

#### **- Prominenz**

(bei unpolitischen Meldungen: Bekanntheitsgrad von Personen)

### **4) Dynamik**

#### **- Überraschung**

(Erwartbarkeit<sup>2</sup> des Zeitpunkts, Verlaufs und Resultats eines Ereignisses)

#### **- Struktur**

(Komplexität der Verlaufsform, Beteiligung und Überschaubarkeit eines Ereignisses)

---

<sup>1</sup> Statt „Redaktionssitz“ ist wohl eher der Sitz des Rezipienten, des Publikums von Bedeutung. Auch wenn in vielen Fällen Redaktionssitz und Sitz des Publikums übereinstimmen, gibt es heute genügend Differenzen: Man denke nur an Auslandskorrespondenten, an die Frage, ob die in der Wiener Redaktion von Ö3 produzierten Nachrichten noch in Vorarlberg von Bedeutung sind (z.B. „Stau auf Südosttangente“: am Redaktionssitz wegen der geographischen Nähe von Bedeutung, am Publikumssitz wegen der geographischen Entfernung nahezu bedeutungslos).

<sup>2</sup> Das ist bei Burkart missverständlich formuliert, „Überraschung“ meint wohl eher „Nicht-Erwartbarkeit“ also genau das Gegenteil.

## 5) Valenz

### - Konflikt

(Grad der Aggressivität politischer Ereignisse<sup>3</sup>)

### - Kriminalität

(Rechtswidrigkeit von Handlungen<sup>4</sup>)

### - Schaden

(Personen-, Sach- oder finanzielle Schäden bzw. Misserfolg)

### - Erfolg

(Fortschritt auf politischem, wirtschaftlichen oder kulturellem Gebiet<sup>5</sup>)

## 6) Identifikation

### - Personalisierung

(Grad des personellen Bezugs eines Ereignisses)

### - Ethnozentrismus

(Ob bzw. inwieweit betrifft das Ereignis die Bevölkerung des Landes, in dem das Medium erscheint)

### Beispiel:

Zur Veranschaulichung eine Meldung aus dem online Standard auf NRF analysiert (s. Forum):

*Wien - 2005 wurden in Österreich 33.600 Unternehmen neu gegründet, 31.600 davon waren so genannte "nachhaltige" Gründungen mit einer Lebensdauer von mehr als sechs Monaten. Damit hat die Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) ihr Ziel übertroffen, zeigte sich WKÖ-Präsident Christoph Leitl am Dienstag bei einer Pressekonferenz erfreut. Neue Unternehmen schaffen nach einer Hochrechnung der WKÖ hier zu Lande um 70.000 Jobs mehr pro Jahr als durch Insolvenzen verloren gehen.*

-> **Valenz: Erfolg:** Fortschritt in Politik und Wirtschaft und Kultur

-> **Nähe:** es geht um Österreich daher geographische, politische und kulturelle Nähe. *Mit dem neuen Gründungsrekord im vergangenen Jahr sind um ein Drittel mehr Betriebe entstanden als noch im Jahr 2000, so der WKÖ-Präsident. Damit habe sich der Gründungs-Aspekt - laut Leitl einer der "Kernpunkte" in der WKÖ - als Erfolg erwiesen. Nach dem Motto "mehr Mut statt Frust" sei es Österreich gelungen, "Weltmeister bei den Neugründungen" zu werden. Wie Daten der OECD zeigen, ist in Österreich die Zahl der Selbstständigen mit plus 19,2 Prozent im Vergleich der Jahre 2000 bis 2004 am schnellsten gewachsen.*

-> **Status:** Regionale Zentralität, Persönlicher Einfluss (Leitl)

-> **Zeit:** Thematisierung ist schon länger vorhanden (seit 2000)

*Positiv sei vor allem, dass die "Gründungsdynamik größer ist als die Insolvenzdynamik", betonte Leitl. So habe es in den vergangenen zehn Jahren um 41 Prozent mehr Insolvenzen gegeben, jedoch um 123 Prozent mehr Unternehmensneugründungen. Laut KSV stirbt alle 17 Minuten ein Unternehmen (auf Basis einer 40-Stunden-Woche), alle 5 Minuten gibt es aber einen neuen Betrieb, ergänzte Leitl.*

*Anreize für Jungunternehmen*

*Damit diese Dynamik auch in Zukunft anhält, will die WKÖ Anreize für*

*Jungunternehmer in Form von geringeren Lohnnebenkosten sowie einem Ausbau der*

<sup>3</sup> Nicht ganz einzusehen ist, warum „Aggressivität“ ausgerechnet auf politische Ereignisse beschränkt sein sollte.

<sup>4</sup> Nicht jede rechtswidrige Handlung ist kriminell – gemeint ist hier wohl eher strafrechtlich Relevantes oder der Umfang des Rechtsvergehens. Ein Strafzettel wegen Geschwindigkeitsüberschreitung macht noch keinen Nachrichtenwert aus – ein Strafzettel wegen Fahrens mit 220 km/h in einer 100 km/h Zone hat schon eher Nachrichtenwert, wobei hier der „Sensationalismus“ nach Östgaard zum Tragen kommt.

<sup>5</sup> Unklar ist, wieso hier etwa der Bereich des Sports ausgeklammert bleibt.

*sozialen Sicherheit verwirklicht sehen. Wenn ein junger Betrieb Mitarbeiter einsetze, sei dies mit einem hohen Risiko verbunden. Leitl schlägt daher vor, die Lohnnebenkosten in den ersten drei Jahren eines Unternehmens "deutlich von 10 Prozent aufwärts" zu senken.*

*Die Unternehmens-Neugründungen ziehen sich durch alle Sparten, was eine "gesunde Entwicklung" sei, so Leitl. Im Gewerbe und Handwerk gab es mit einem Anteil von 31,7 Prozent die meisten "Unternehmensgeburten", gefolgt vom Handel mit 29,7 Prozent und dem Bereich Information und Consulting mit 22,9 Prozent. Im Tourismus und der Freizeitwirtschaft sind 9,6 Prozent der neuen Betriebe entstanden, im Sektor Transport und Verkehr 4,9 Prozent und in Industrie, Banken und Versicherungen zusammen 1,1 Prozent.*

-> **Identifikation:** sowohl durch Personalisierung als auch durch Ethnozentrismus (unmittelbare Betroffenheit der Menschen des Landes in dem Medium erscheint)

## 6. Medienkriterien nach Ulrich Saxer

s. Burkart S. 42ff

### 1) Kommunikationskanal

Medien transportieren bzw. vermitteln Zeichensysteme (auditive, visuelle, audiovisuelle). Es geht hier um die Bereitstellung technischer Möglichkeiten – nicht alles Machbare wird aber verwirklicht und vom Publikum angekommen (wie z.B. WAP, BTX, etc.).

### 2) Organisationen

Medien müssen sich organisieren, Programm wird arbeitsteilig hergestellt. Medien erbringen Leistungen (erfüllen Funktionen) für die Gesellschaft (Unterhaltung, Entspannung, Integration, politische Sozialisation, etc.).

### 3) Komplexe soziale Systeme

Medienkommunikation besteht aus Herstellungs-, Bereitstellungs- und Empfangsprozessen. Medien bilden daher komplexe soziale Systeme.

### 4) Institutionen

Die moderne Gesellschaft ist auf die Existenz von Massenmedien angewiesen. Damit werden sie in das gesellschaftliche Regelsystem eingefügt, also institutionalisiert.

## 7. Mediendefinition nach Ulrich Saxer

Burkart, S. 44

**„Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“**

Detaillierte Beschreibung s. Frage 6!

## 8. Hypothese

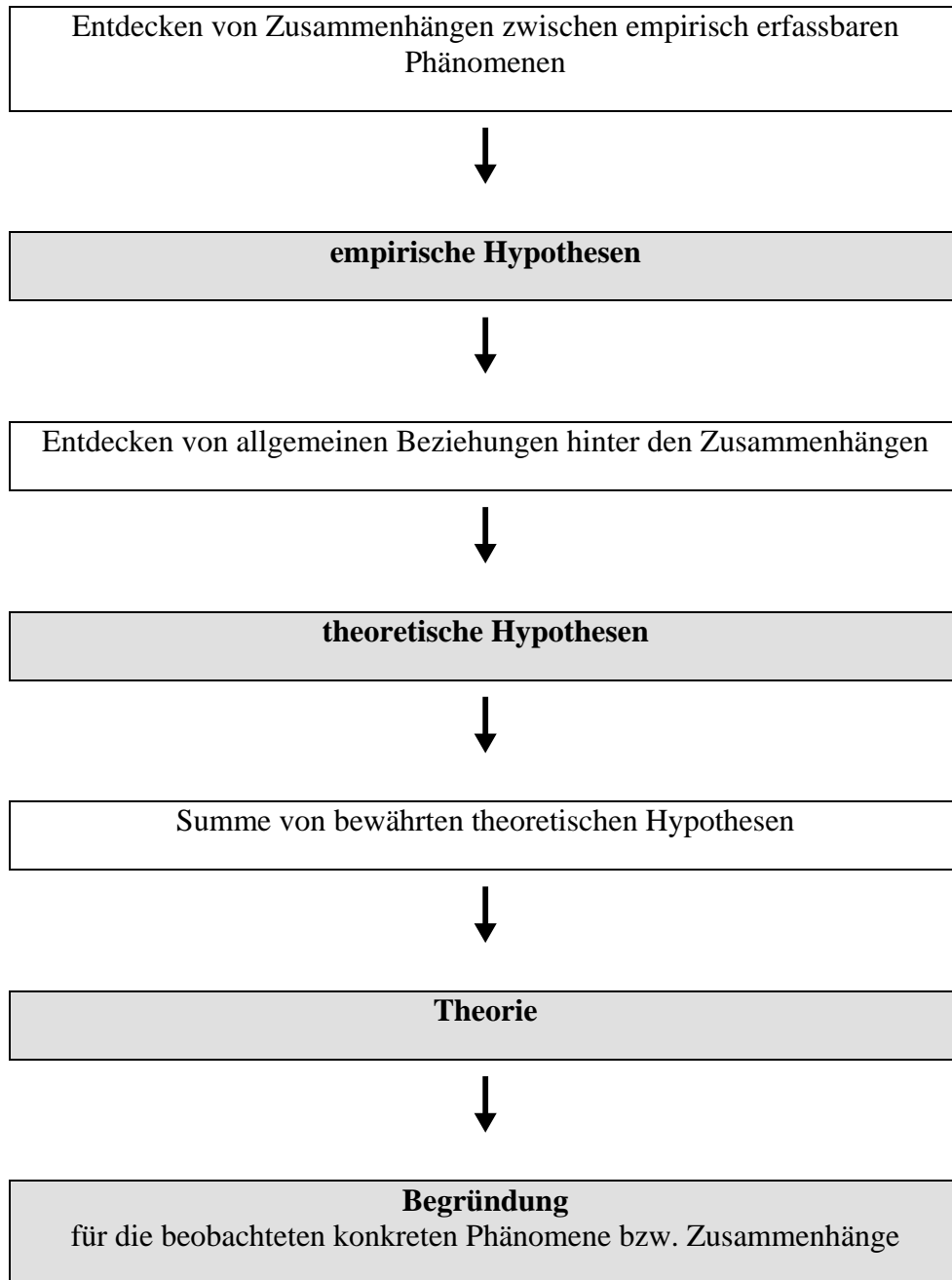
Quelle: Forum

Eine Hypothese ist eine **Annahme**. Hypothese ist altgriechisch und bedeutet soviel wie Unterstellung, Voraussetzung und Grundlage. Sie ist Grundlage für jede Theorie. Burkart, 416ff

Exkurs: Wissenserwerb und wissenschaftliche Erklärungen

Wissenschaftliche Erklärungen beginnen mit dem Nachdenken über die Zusammenhänge hinter den beobachtbaren Tatsachen. Erkennt man derartige Zusammenhänge, formuliert man eine sog. „**empirische Hypothese**“ (Aussage über die Qualität des beobachteten allgemeinen Zusammenhangs). Diese Hypothese wird durch entsprechende Forschung hinterfragt, die zusammenhängenden Tatbestände werden verallgemeinert. So gelangt man zu einer „**theoretischen Hypothese**“.

Bewährt sich diese Hypothese in vergleichbaren anderen Situationen, wird sie zu einer allgemeinen Gesetzesaussage. Die Summe derartiger allgemeiner Gesetzesaussagen bildet schließlich eine „**Theorie**“, die dann die „**Begründung**“ für konkrete Zusammenhänge bzw.



## 9. Genuine oder inszenierte Ereignisse

*Quelle: Forum  
und Burkart 286ff*

Wir unterscheiden hier 3 Stufen von Ereignissen.

1. **Genuine Ereignisse:** Geschehnisse die unabhängig von der Berichterstattung der MM geschehen. Bsp.: Erdbeben, Unfälle, natürliche Todesfälle, Geburten, etc.



2. **Mediatisierte Ereignisse:** Geschehnisse, die zwar vermutlich auch ohne die zu erwartende Berichterstattung geschehen wären die aber wegen die zu erwartenden Berichterstattung passiert werden aber trotzdem einen gew. Mediencharakter erlangen. (Olympische Spiele, Parteitage, etc.)

3. **Inszenierte Ereignisse:** Geschehnisse, die ohne diese Berichterstattung nicht geschehen würden, die zum Zweck der Berichterstattung herbeigeführt wurden. (Presse, Warnstreiks, etc.) Geplant, für die Berichterstattung inszeniert. Funktion einer selffulfilling prophecy (= Wenn man den Ausgang einer Aktion durch eine Inszenierung beeinflussen will).

*Beispiel: Auf einer Strecke von 1000km ist die Erdkruste um 10m verrutscht. Das Rutschen der Erdkruste haben wir nie gesehen. Wir sehen nur die Fernsehberichte aus den vernichteten Urlaubsgebieten. Es ist ein genuines Ereignis, aber man kann es nicht in all seinen Phänomenen filmen. Mediatisierung -> immer größer werdender Faktor, sensationelle Berichterstattung.*

## **10. Feedback im Kommunikationsprozess - Zweck, Funktion, 2 verschiedene Arten**

*Burkart 66ff*

Feedback dient der Erfolgskontrolle kommunikativen Handelns.

Feedback wird nach dem „Input-Output-Modell“ erklärt: Systeme stehen mit ihrer Umwelt in Verbindung, sie nehmen Leistungen aus der Umwelt in Form von „Inputs“ auf, geben an die Umwelt aber auch „Outputs“ ab. Damit beeinflussen sich Systeme und ihre Umwelt gegenseitig. Die Besonderheit: Ein Teil des Outputs wirkt als Input auf das System zurück: Das ist das Feedback (auch „Rückkoppelung“ oder „Rückmeldung“ oder „Rücksteuerung“ genannt).

Im Hinblick auf die Massenkommunikation werden 2 Arten von Feedback unterschieden:

### **Direktes Feedback:**

Gewollte und meist spontane Rückmeldung von Rezipienten: Leserbriefe, Telefonanrufe, e-mails – aber auch professionelle öffentliche Kritik und Kollegenkritik.

### **Indirektes Feedback:**

Kündigung des Zeitungsabonnements, aber auch erhobene Daten aus Forschungen über das Verhalten von Rezipienten.

## 11. Zeichendimensionen der Semiotik

Burkart S.78ff

Morris unterscheidet 3 Dimensionen von Zeichen



Dimension sprachlicher Zeichen nach Pelz, 1975

### 1) **semantische Dimension**

Beziehungen zwischen sprachlichen Zeichen und außersprachlichen „Gegenständen“, auf die sie verweisen, die sie „bezeichnen“ sollen. Diese Dimension wird durch die „Semantik“ untersucht.

### 2) **syntaktische Dimension**

Beziehungen zwischen Zeichen untereinander: Untersucht werden grammatische Regeln.

### 3) **pragmatische Dimension**

Beziehungen zwischen Zeichen und ihren Benützern, die Art und Weise des Gebrauchs von Zeichen(folgen) werden in der Pragmatik untersucht.

## 12. Was versteht man unter primärer und sekundärer Erfahrung + Beispiele

Burkat S.404

Diese Erfahrungen beschreiben die Qualität der Erfahrung, die zum Informationsgewinn führt.

**Primärerfahrung:** Nichtwissen oder Ungewissheit wird durch eigene Erlebnisse im direkten Umgang mit „Dingen“ reduziert.

**Sekundärerfahrung:** Reduktion des subjektiven Nichtwissens / der subjektiven Ungewissheit durch Kommunikation, durch Verständigung über die betroffenen „Dinge“.

### **Beispiel aus dem Forum:**

„WETTER“: z.B. „ein heißer Sommer“:

Der Sommer 2000 war sehr heiß.

Frage: Was weiß man, wenn man am Thermometer 36° Celsius abliest? Man erfährt: Erwärmung des Körpers, (als) angenehme/unangenehme Zustände; Die Bedeutung kann man aber nicht erfahren, diese muss man interpretieren!

Interpretation der Erfahrung: Wie erfährt man den „heißen Sommer“?

- durch persönliches Erleben: „**primäre**“ **Erfahrung**
- durch Berichte (z.B. in den Medien): „**sekundäre**“ **Erfahrung**

*Bsp. für primär/sekundäre Erfahrungen: Jahr 2000; Eisbrecher am N-Pol: Eis gerissen, nur Wasser. Das war noch nie da. Wissenschaftler sagte, dass hätte es nie gegeben*

*in US-Medien: „Das hat es seit 50 Mio. Jahren nicht gegeben“.*

*Medienreaktionen: „Nordpol weg?“ (BILD); „Arctic Meltdown“ (TIMES); etc. in solchen Berichten wird sofort ein „Untergangsszenario“ gezeichnet.*

*d.h.: Durch Berichte kann man Erfahrungen (Hitze) gar nicht mehr unvoreingenommen erfahren.*

*Im Jahr 2001 kam im „Standard“ ein Artikel: „Unsere Warmzeit geht zu Ende“, behauptete das genaue Gegenteil von 2000; Diese Meldung wurde aber nicht so groß gespielt*

*FRAGE: Was stimmt nun wirklich?*

- Schmilzt der N-Pol?
- War das nur im Jahr 2000 so dramatisch?
- Wird es „wirklich“ immer wärmer? - Wird es in Wirklichkeit immer kälter?
- Oder ist das ohnehin alles „normal“?

*Das Beispiel zeigt auf: Die Frage „Wie sieht die ‚wirkliche Wirklichkeit‘ aus?“ ist nicht beantwortbar. Denn: Kommunikationswissenschaftliches Denken fragt nicht nach der „wirklichen Wirklichkeit“, sondern: anders gefragt: Was dürfen wir von Medienberichten (über die Wirklichkeit) erwarten? Allgemeiner: Was dürfen wir überhaupt von Aussagen (über die Wirklichkeit) erwarten? Das ist dann kommunikationswissenschaftliches Denken...*

### **13. Was versteht man unter Informationsgesellschaft?**

*Burkart S.182ff*

Wir unterscheiden nach Bell 3 Stufen gesellschaftlicher Evolution

<i>Problem</i>	<i>Problemlösung</i>	<i>Gesellschaftstyp</i>
Transport von Materie	Verkehrsnetze	<b>vorindustrielle Gesellschaft</b>
Transport von Energie	Verbundnetze	<b>industrielle Gesellschaft</b>
Transport von Information	Informationsnetze	<b>postindustrielle Gesellschaft</b>

Indizien:

- **viel Telekommunikation**

Vielzahl der vorhandenen Telekommunikationsmittel bzw. Medien

- **viele Printmedien<sup>6</sup>**

- **viele Kommunikationsberufe**

(Viele Berufsgruppen beschäftigen sich mit Informationstransport (Briefträger, Netzwerktechniker), Anteil der Kommunikationsfachleute steigt ständig)

<sup>6</sup> Aufzählung entstammt so dem Forum, nicht dem Burkart Buch. Es erscheint auch die Fixierung auf Printmedien (unter Ausschluss der audiovisuellen Medien und der „neuen Medien“) übertrieben.

#### **14. Was ist die Konsistenztheorie? Veranschaulichen Sie dies an einem Beispiel.**

*Burkart, S.204f*

Menschen tendieren dazu, ein „**kognitives Gleichgewicht**“<sup>7</sup> zu erreichen und zu erhalten. Zwischen seinen Einstellungen und/oder Verhaltensweisen soll Übereinstimmung und Vereinbarkeit („**Konsistenz**“) erzielt werden. „**Kognitives Ungleichgewicht**“<sup>8</sup> liegt vor, wenn dieser subjektive „Einklang“ abgeht.

**Bekanntestes Beispiel** ist die Realitätsverleugnung von Rauchern:

z.B. Person, die das Rauchen ablehnt, empfängt die Botschaft „Rauche ist ungesund“: Zustand der kognitiven Konsistenz, d.h.⇒erzeugt Lungenkrebs“ Bewusstseinsinhalte (kognitiven Elemente) stehen in Einklang miteinander.

Person, die gerne raucht, empfängt die Botschaft „Rauchen erzeugt Zustand der kognitiven Inkonsistenz, d.h.⇒Lungenkrebs“ die⇒Bewusstseinsinhalte stehen nicht in Einklang miteinander drängen das Individuum ein→kognitiven Kräfte werden wirksam kognitives Gleichgewicht wiederherzustellen (Warnhinweise auf Zigarettenpackung werden durch „Schmuckhüllen“ verdeckt)

kognitives Gleichgewicht⇒Spannungsloser Zustand

kognitives Ungleichgewicht⇒Spannungsgeladener Zustand

**Strategien zur Reduktion von Ungleichgewicht:**

**1 Informationssuche/Informationsvermeidung (= selektive Wahrnehmung)**

Menschen setzen sich den Informationen aus Massenmedien selektiv aus – sie rezipieren nur jene Informationen, die konsistent zu ihrer Einstellung sind.

Beispiel: Raucher vermeiden Informationen über Gefahren des Rauchens („Schmuckhüllen“ überdecken Warnhinweise auf Zigarettenpackungen)

**2 (Selektive) Interpretation**

Die Bedeutung einer Aussage wird uminterpretiert

Beispiel: Raucher meint: Zigaretten fördern Krebs – ich rauche Filterzigaretten, die fördern Krebs nicht

**3 Selektives Behalten/Vergessen**

Gehörte / Gesehene Inkonsistenz wird „verdrängt“, in dem nicht über die rezipierte Information nachgedacht wird.

#### **15. Was bedeutet das Gesetz der Komplementarität und erläutern Sie dieses beispielhaft**

*Burkart S.377f<sup>9</sup>*

Das Gesetz der Komplementarität besagt, dass alte Medien nicht von neuen Medien ersetzt, sondern nur ergänzt werden. Dabei kann sie die Form oder Funktion der alten Medien verändern.

Die **Beispiele** zeigen hier ein sehr zwiespältiges Bild:

Dem Gesetz der Komplementarität entspricht es, dass das Radio nicht durch das Fernsehen ersetzt wurde. Das Radio hat seine Funktion geändert. Während sich früher quasi die ganze Familie vor dem Radio versammelte, um Sendungen gemeinsam zu lauschen, ist dies heute eher beim Fernsehen der Fall. Das Radio läuft aber nebenbei – privat.

Die Auswirkungen des Internet sind noch nicht völlig erforscht. Erste Untersuchungen deuten darauf hin, dass der TV- bzw. Printmedien-Konsum mit der Intensität des Internet-Konsums sinkt. Das würde dem Gesetz der Komplementarität widersprechen. Die Tatsache, dass heute zeitunabhängig topaktuelle Informationen via Internet

<sup>7</sup> Auch „Konsonanz“, „Konsistenz“, „Kongruenz“

<sup>8</sup> Auch „Dissonanz“, „Inkonsistenz“, „Kongruenz“

<sup>9</sup> Allerdings nur in Bezug auf Online-Medien

jederzeit abgefragt werden können, wirkt sich auf das Medium Zeitung aus: Es reicht für ein Printmedium definitiv nicht mehr, nur über aktuelle Ereignisse „Nacherzählungen“ abzuliefern, gefragt sind mehr Hintergrund-Berichte und Exklusiv-Stories. Das wiederum entspricht dem Gesetz der Komplementarität.

## **16. Theorie: Sinn, Beispiel**

*Burkart S. 415ff<sup>10</sup>*

**Ein System von thematischen und logischen Verknüpfungen (allgemeinen Gesetzesaussagen):** also leistet eine Theorie nichts anderes als, dass sie allgemeine Beziehungen (theoretische Hypothese) hinter den Beobachteten Zusammenhängen (empirische Hypothese) darstellt und somit Grund und Ursache für konkret beobachtbare Zusammenhänge erkennbar macht.

Daher:

**a) Quasi-Theorien**

**b) Theoretischer Ansatz**

**c) Theorien mittlerer Reichweite (zeitlich und räumlich)**

**Bsp.:**

*Man hat ein kommunikationswissenschaftliches Problem, zum Beispiel eine **Wahlniederlage**. Man will nun den Grund dieses Phänomens finden. Paul F. Lazarsfeld kam zu zwei Hypothesen:*

- 1. Menschen sind immer dann gut über Politik informiert, wenn sie sich mit anderen Menschen darüber unterhalten.*
- 2. Immer wenn Menschen ihre Einstellung bezüglich der Wahlen änderten, hatten sie Gespräche mit Anderen.*

*Es muss also etwas Allgemeines dahinter geben und er stellte Bezüge zwischen den beiden Hypothesen her. Er kam zu theoretischen Hypothesen, die auf verschiedene Bereiche umlegbar waren (Kaufverhalten, Wahlverhalten, ...). Dies entspricht der heutigen Diffusionsforschung, der Theorie vom 2-step-flow. Diffusion geschieht nicht nur über die Medien selber, sondern über so genannte opinion leader.*

## **17. Symbolcharakter von Kommunikation**

*Burkart S. 54f*

Kommunikation ist symbolisch vermittelte Interaktion<sup>11</sup>. Menschen leben nicht nur in einer natürlichen Umwelt, sie leben auch in einer symbolischen Umwelt. Daraus lassen sich 3 Schlüsse ziehen:

1. Menschen handeln Dingen gegenüber auf der Grundlage von Bedeutungen, die diese Dinge für sie besitzen.
2. Diese Bedeutung entsteht durch soziale Interaktion mit Mitmenschen.
3. Die Bedeutung wird durch einen interpretativen Prozess benützt und geändert..

*Burkart S.91 f*

---

<sup>10</sup> Nur eingeschränkt, größtenteils aus dem Forum

<sup>11</sup> „symbolischer Interaktionismus“ nach Mead

In diesem Sinn kann bei der kindlichen Sprachentwicklung ein Beispiel für die symbolische Interaktion gefunden werden. Die Bewegungsabläufe des Kindes sind zufällig – erst im Lauf der Zeit reagiert es auf die Aktionen von Erwachsenen, tritt in Interaktion mit ihnen. In weiterer Folge ist – in Kurzfassung – das Erlernen der Sprache nichts anderes als die in Interaktion und Erfahrungen mit der Umwelt angeeignete Bedeutungszuordnung von bestimmten Begriffen zu Worten, die hier nichts anderes als sprachliche Symbole sind<sup>12</sup>.

### **18. Relationalität**

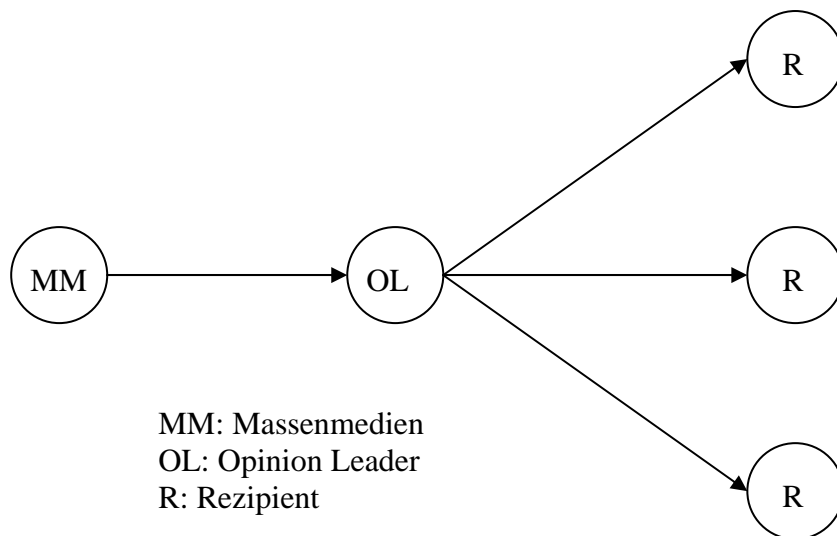
*Quelle: Forum*

Eine der elementaren Eigenschaften von Kommunikation nach Merten  
Bezieht sich auf die Prozesshaftigkeit von Kommunikation. Kommunikation ist kein Gegenstand!

### **19. Opinion-Leader**

*Burkart 208ff*

Der „opinion leader“ ist Teil des „Two-step-flow“-Konzepts. Die „opinion leaders“ (Meinungsführer oder Meinungsbildner) sind „Schaltstellen“ im interpersonalem Kommunikationsfeld. Sie versuchen andere, von ihrer Meinung zu überzeugen und agieren auch als Ratgeber.



Das bedeutet, dass Massmedien einen Großteil der Bevölkerung erst via opinion leader erreichen.

<sup>12</sup> Burkart geht in seinem Buch ab S 91 zwar wesentlich intensiver auf die Materie ein, das dürfte allerdings nicht so prüfungsrelevant sein.

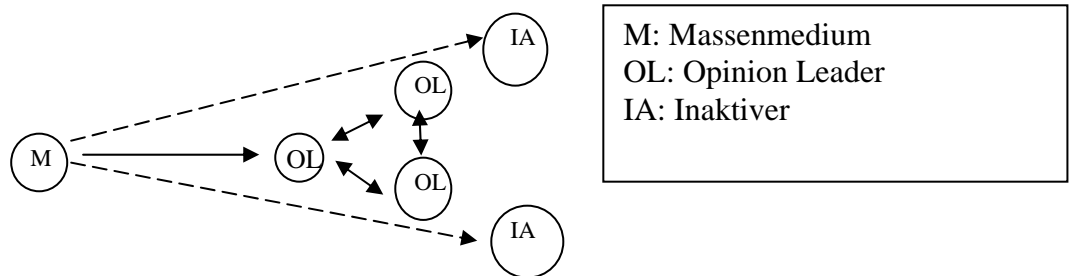
Typisch für den „opinion leader“ sind:

- überdurchschnittlich ausgeprägte Geselligkeit (hohe Zahl sozialer Kontakte)
- überdurchschnittlich aktives kommunikatives Verhalten (starker Konsum von Massenmedien, Aktivierung informeller Informationskanäle)
- Gilt in seiner Position oder Rolle als Experte für das jeweilige Thema
- überdurchschnittliches subjektives Interesse an entsprechendem Thema

## 20. Opinion sharing

Burkart 212ff

Das Modell der „opinion leader“ (s. Frage 19) mit der eindeutigen Trennung zwischen „opinion leader“ und „non-opinion leader“ entspricht nicht dem heutigen Stand der Forschung. Das heute gültige Modell des „opinion sharing“ nach Troidahl / Van Dam berücksichtigt die Wechselseitigkeit der Kommunikation. Die Ratgeber-Rolle („opinion giver“) und Ratsucherrolle („opinion asker“) wechselt dabei häufig zwischen den Gesprächspartnern – ein krasser Widerspruch zum einseitigen Informationsmodell der „opinion leader“. Darüberhinaus gibt es starke Gemeinsamkeiten zwischen der Gruppe der „opinion asker“ und „opinion giver“ (Mediengewohnheiten, Informationsstand, sozialer Status, etc.). Die 3. Gruppe ist die Gruppe der „opinion avoider“, die sich nicht um die Meinungseinholung bei anderen Personen bemühen. Diese Personen werden allerdings auch – wenn auch in stark eingeschränktem Maß – von Massenmedien erreicht. Die Gruppe der „opinion asker“ und „opinion giver“ kommuniziert untereinander quasi als gleichberechtigte „opinion leader“. Die „2-Stufen-Theorie“



Der „one-step-flow“ zum Rezipienten erfolgt daher durchaus – allerdings wissensbildend, nicht meinungsbildend.

Dennoch ist das Konzept der echten „opinion leader“ nicht völlig überholt. Allerdings spricht man heute von „virtuellen Meinungsführern“ (Politiker, Schauspieler, Nachrichtenmoderatoren, Journalisten, etc.), zu denen zwar (in der Regel) kein direkter Kontakt besteht, an deren Meinung sich aber vor allem sozial isolierte Menschen orientieren.

## 21. Medium aus PKW-Sicht erklären

s. Burkart 42ff

Medien sind – laut Saxer – komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.

Weitere Infos siehe Frage 7

Es gibt 2 Perspektiven der Medien aus PKW-Sicht:

- Medien erster Ordnung
- Medien zweiter Ordnung

Weitere Infos siehe Frage 2

## **22. Medien: primäre, sekundäre, tertiäre und quartäre: Definition und Beispiele**

Burkart 36ff

Pross definiert 1972 primäre, sekundäre und tertiäre Medien

### **Primäre Medien:**

... sind Medien menschlichen Elementarkontaktes. Weder Sender noch Empfänger brauchen Geräte. Beispiele sind Sprache, Mimik oder Gestik.

### **Sekundäre Medien:**

Der Sender braucht ein Gerät, der Empfänger nicht. Dazu zählen etwa Rauchzeichen, Flaggsignal, Brief und diverse Manifestationen menschlicher Mitteilungen nach Erfindung des Buchdrucks, wie Flugblatt, Plakat, Buch oder Zeitung.

### **Tertiäre Medien:**

Sender und Empfänger brauchen ein Gerät. Dazu zählen Telefon, vormals auch Fernschreiber, Funkanlagen aber auch sog. „elektronische“<sup>13</sup> Massenmedien“ wie Rundfunk, Platte.

### **Quartäre Medien:**

Während Pross lediglich primäre, sekundäre und tertiäre Medien benennt, beginnt sich der Begriff der „quartären Medien“ laut Burkart durchzusetzen. Diesen Begriff verwendet Burkart für digitale Medien bzw. Online-Medien. Voraussetzung ist hier ein Computer mit Online-Anschluss. Kennzeichen sind etwa Flexibilität durch Interaktivität, die Aufweichung der Rolle von Sender und Empfänger ist erkennbar.<sup>14</sup>

## **23. Laswellformel, Definition, Was fehlt?**

Burkart 492ff

**Wer**

**sagt was**

**in welchem Kanal**

**zu wem**

**mit welcher Wirkung?**

(Who says what in which channel to whom with what effect?)

Definition von Laswell 1972

Erste allgemein gültige Formulierung zur Definition von Kommunikationsprozessen  
Dem folgt die Aufteilung in die unterschiedlichen Gebiete der Kommunikationswissenschaft:

Who: Kommunikatorforschung

says what: Inhalts- bzw. Aussageanalyse

in which channel: Medienforschung

to whom: Publikums- und Rezipientenforschung

with what effect: Wirkungsforschung

---

<sup>13</sup> nicht zu verwechseln mit digitalen Medien bzw. neuen Medien wie Internet, die Burkart „quartäre Medien“ nennt.

<sup>14</sup> Diese neue Einteilung ist meiner Meinung nach allerdings nicht wirklich schlüssig. Der Wechsel der Rolle von Sender und Empfänger ist auch bei Funkanlagen durchaus üblich. Diese werden von Burkart allerdings zu den tertiären Medien gezählt. Zu den von Burkart so genannten „digitalen Medien“ würde etwa auch ein MP3-Player zählen (rein digitale Daten) – per Definition handelt es sich aber um ein tertiäres Medium vergleichbar mit einer Platte. Offen ist auch, wie ein Online-Medium, das auf CDs kopiert ist, dann gewertet werden soll. Auch die Tatsache, dass ein Computer mit Online-Anschluss ein quartäres Medium transportiert, ist nicht wirklich erklärbar. Denn auch ein Radio benötigt einen (drahtlosen) Rundfunkempfang via Antenne. Auch ein Computer kann via WLAN drahtlos online gehen. Und was ist mit Online-Telefonie oder Online-Radio? Viele Fragen, die hier noch unbeantwortet sind...



Kritikpunkt ist die lineare, statische und einseitig-kausale Sichtweise. Es fehlt die Ursachenforschung (das „Warum?“) und die Frage nach dem Feedback.

## **24. Kognitive Dissonanz und Reduzieren: Beispiele**

s. Frage 14

## **25. Im symbolischen Interaktionismus taucht der Begriff Symbol auf. Was ist ein Symbol und nennen Sie Beispiele**

Burkart, S.46ff

### **Symbol:**

Symbole repräsentieren etwas, haben eine Vertretungsfunktion. Sie treten anstelle des Repräsentierten auf. Die Zeichenfolge T-i-s-c-h symbolisiert den Tisch. Die Fahne repräsentiert einen Staat, eine Gemeinschaft von Sportlern. Das Missachten der Fahne symbolisiert damit die Missachtung der repräsentierten Gemeinschaft.

Weitere Informationen s. Frage 1

## **26. Geltungsansprüche**

Burkart 437ff

Die 4 Geltungsansprüche nach Habermas müssen von beiden Kommunikationspartnern anerkannt und ihnen entsprochen werden, damit ein Verständigungsprozess zustande kommt.

Die 4 Geltungsansprüche sind:

### **1) Verständlichkeit**

Der Kommunizierende muss sich verständlich ausdrücken – also etwa Regeln der Sprache, Grammatik beachten.

### **2) Wahrheit**

Der Kommunizierende muss über etwas „Wahres“ sprechen – dessen reale Existenz von beiden Seiten anerkannt werden muss.

### **3) Wahrhaftigkeit**

Das, was gesagt wird, muss auch so gemeint sein. Der Inhalt muss glaubhaft vermittelt werden – es geht um Ehrlichkeit und Vertrauen.

### **4) Richtigkeit**

Die Aussage muss den gesellschaftlich bzw. zwischen den Individuen anerkannten Werten und Normen entsprechen, gemäß diesen „richtig“ sein.

Beispiel:

*Nehmen wir ein Prüfungsgespräch zwischen Studenten und Professor a.: sie unterhalten sich in der von ihnen beider beherrschten, grammatikalisch richtigen Sprache (v) beide sind mit der Prüfungssituation, Frage-Antwort, einverstanden (also r). beide gehen davon aus, dass die von ihnen verwendeten begriffe auch der Wirklichkeit entsprechen (w). Der Professor stellt die Fragen, um das Wissen des Studenten zu überprüfen, nicht um ihn zu verwirren (wh).*

*I Bei einer Fernsehdiskussion kann man dem Standpunkt des durch Beobachtung und Gespräch → politischen Gegners nicht ausweichen wurde festgehalten, wie häufig die Geltungsansprüche angezweifelt wurden*

*dem politischen Gegner traten die Rezipienten gar nicht unterstellten falsche Argumente, → verständigungsbereit entgegen rhetorische Tricks, Täuschungsmanöver, unangemessenes Realität ist weit entfernt zur Idealsituation, → Gesprächsverhalten denn Geltungsansprüche sind Voraussetzung für ideale Sprechsituation*

## **27. Gegenseitigkeit vs. Wechselseitigkeit**

*Burkart 29, Forum*

### **Wechselseitigkeit ist eigentlich Interaktion**

wechselseitiges Geschehen zwischen zwei oder mehreren Lebewesen ⇒ Soziale Interaktion

- beginnt mit Kontaktaufnahme
- führt zu Aktion und Reaktion der in Kontakt stehenden Lebewesen
- wechselseitige Kommunikation verlangt auf beiden Seiten Aktivität (Interaktivität)
- die Mitteilungshandlung (soziales Handeln) fordert eine Verstehenshandlung (geistige Präsenz)

Wechselseitigkeit ist ein Merkmal von Kommunikation – jede Kommunikation weist Wechselseitigkeit auf

**Gegenseitigkeit:** z.B. Reden, telefonieren, chatten, Gruppendiskussionen, ...

**die Kommunikationspartner tauschen die „kommunikativen Rollen“ aus** → Ist eine Art von Kommunikation

Rollen: „Kommunikator“ - „Rezipient“

auch: Sprecher - Hörer

Sender - Empfänger

Verhaltenserwartung ⇒ Rolle (soziologischer Begriff)

## **28. Flüchtigkeit**

*Nicht im Burkart-Buch enthalten*

Eine der 4 Eigenschaften der Kommunikation nach Klaus Merten

Bedeutet, dass wir Kommunikation immer erst NACH dem Kommunikationsakt feststellen können (d.h.: ex post<sup>15</sup> perspektive)! Man kann nicht sagen: jetzt wird Kommunikation entstehen! Ex ante lässt sich also folglich nur ein Kommunikationsversuch feststellen

## **29. Erklären Sie Interaktivität am Beispiel vom Internet!**

*Burkart 375ff, Forum, Vorlesung*

Mit der Verbindung von Telekommunikation und Computertechnik entstand auch eine **technische Infrastruktur, die neue Möglichkeiten der sozialen Interaktion** hervorbrachte. Sog. „virtuelle Gemeinschaften“ eröffnet z. B. neue technische Möglichkeiten der Begegnung, in denen sich bei näherem Hinsehen aber wiederum die alten sozialen Strukturen abbilden.

Viele dieser Überlegungen kranken allerdings daran, dass sie mehr oder weniger **unreflektiert verschiedene Begriffe von „Interaktivität“** verwenden: im Gerede von sog. „interaktiven Medien“ wird das soziologische Verständnis von Interaktion und das der Informatik, das Beziehungen zwischen Mensch und Computer fokussiert, in der Regel miteinander vermischt.

So gibt es „vermeintlich“ interaktive Anwendungen, die allerdings nur programmtechnische Abläufe sind. Ein „Quiz“ im Internet ist nichts anderes als ein „Durchblättern“ von Seiten – wobei der User lediglich auswählt, auf welche Seite er als nächstes kommt („richtig“ oder „falsch“). Ein Forum oder ein Chatroom hingegen, bei denen es zu tatsächlicher Interaktion zwischen Subjekten kommt, entspricht der kommunikationswissenschaftlichen Anforderung von Interaktivität.

---

<sup>15</sup> s. Burkart 33

**30. Erklären sie den Begriff „Diskurs“ und geben Sie dessen Funktionen (Bsp.) im Kommunikationsprozess an.**

*Burkart 440f, 527ff, Forum*

Habermas zielt mit seinen 4 Geltungsansprüchen kommunikativen Handelns (s. Frage 27) auf die Maximalbedeutung von Verständigung ab. Oft kommt es hier aber zu Störungen, zu Fehlern in einem Geltungsanspruch der Kommunikation. Um diese Fehler zu beheben, kommt es zum Diskurs als „Reparaturmechanismus“.

Die nun folgende Kommunikation zur Behebung eines Kommunikationsfehlers macht die Kommunikation selbst zum Thema der Kommunikation<sup>16</sup>.

Dabei wird die „ideale Sprechsituation“ unterstellt:

- 1) Symmetrie der Chancen, Sprechakte zu wählen
- 2) Rationale (begründbare) Wahl de Sprechakts

Diese „ideale Sprechsituation“ muss für eine Kommunikation von allen Teilnehmern vorausgesetzt werden.

**31. Ereignisse, mediatisierte: Beispiele**

*Quelle: Forum*

*und Burkart 286ff*

Wir unterscheiden hier 3 Stufen von Ereignissen.

genuine, mediatisierte und inszenierte Ereignisse (s. Frage 9)

**Mediatisierte Ereignisse:** Geschehnisse, die zwar vermutlich auch ohne die zu erwartende Berichterstattung geschehen wären die aber wegen die zu erwartenden Berichtserstattung passiert werden aber trotzdem einen gew. Mediencharakter erlangen. (Olympische Spiele, Parteitage, etc.)

**3. Inszenierte Ereignisse:** Geschehnisse, die ohne diese Berichterstattung nicht geschehen würden, die zum Zweck der Berichterstattung herbeigeführt wurden. (Presse, Warnstreiks, etc.) Geplant, für die Berichterstattung inszeniert. Funktion einer selffulfilling prophecy (= Wenn man den Ausgang einer Aktion durch eine Inszenierung beeinflussen will).

**32. Decline of Mass Media**

*Burkart 166ff, Forum*

**Die Zwei-Phasen-Theorie**

Die westliche Zivilisation wird in eine stabile frühere Periode eingeteilt, in der die Orientierung lokal war und die Wirtschaft **vorindustriell**, und in eine spätere Periode der **Industrialisierung**, in der die Gesellschaft wächst und instabiler wird.

Jede dieser Perioden wird durch ein **Kommunikationssystem** gekennzeichnet. In der vorindustriellen Periode war es die **face-to-face-Kommunikation**, die vorherrschte.

In der späteren Periode, die Mitte des 15. Jahrhunderts beginnt, war es der **Buchdruck**.

Es gibt eine enge Beziehung zwischen dem Prozess der **Industrialisierung** und dem **Wachstum der Massenmedien**. Sie beeinflussen sich gegenseitig.

Beide **wachsen sehr schnell** und werden dies auch in Zukunft tun.

Massenkommunikation hat eine **überwachende Rolle**. Sie überwacht die Kommunikationsinhalte in unserer Gesellschaft.

---

<sup>16</sup> Kommunikation über Kommunikation = Metakommunikation

### **Die Drei-Phasen-Theorie nach Richard Maisel**

Die Drei-Phasen-Theorie des gesellschaftlichen Wandels besagt, dass die **Wachstumsraten der Massenmedien zurückgehen** werden, währenddessen die **Wachstumsraten für spezialisierte Medien steigen** werden. Kommunikation ist auf eine kleinere, homogenere Gruppe ausgerichtet.

**Die ersten drei Punkte sind deckungsgleich mit der Zwei-Phasen-Theorie.**

**3. Industrialisierung erreicht ein höheres Niveau**, die wirtschaftliche Entwicklung wird auf einen neuen Pfad gelenkt. Dies nennt sich die **Post-Industrielle-Zeit**.

**Spezialisierungen** sowie die **Dienstleistungsgesellschaft** wachsen.

**Arbeitskraft** wird weniger im handwerklichen Bereich, sondern im

**Dienstleistungssektor** gebraucht.

**Die Dienstleistungsindustrie** konsumiert vermehrt **spezialisierte Medien**.

Laut der Drei-Phasen-Theorie begann die **3. Phase nach dem 2. Weltkrieg**.

### **33. „Massenmediale Aussagen sind stets nur Wirklichkeitsangebote“. Interpretieren Sie diese These an Hand eines kommunikationstheoretischen Ansatz.**

*Quelle: Forum*

Badura übertrug die technische Perspektive auf die sprachliche Kommunikation.

Badura geht davon aus, dass es beim Kommunikations-Prozess mehrere Encodierungs-/ Decodierungs-Vorgänge (nämlich auf der semantischen, pragmatischen und syntaktischen Dimension sprachlicher Zeichen) gibt. Außerdem spricht er noch von gesellschaftlichen Randbedingungen.

**Diese gesellschaftlichen Randbedingungen teilt er in 4 Klassen:**

- 1.) **Kommunikationssituation**
- 2.) **Informationsniveau**
- 3.) **Interessen**
- 4.) **emotiver Erlebnishorizont**

Die Störung der jeweiligen gesellschaftlichen Randbedingung ist das thematisierte Problem. Das Problem ist das Beseitigen von Störfaktoren in der Übertragung der sprachlichen Zeichen unter gesellschaftlichen Randbedingungen zu optimieren. Flüchtigkeit ist eines der 4 elementaren Eigenschaften der Kommunikation. Sie besagt, dass man Kommunikation erst dann feststellen kann, wenn sie bereits geschehen ist

### **34. Nachrichtenquadrat (Erklärung, Beispiel)**

*Quelle: Burkart 124ff*

Die Kommunikationspartner begegnen sich nicht nur auf sachlicher Ebene, sondern auch auf Beziehungsebene. Damit wird mit jeder Nachricht mehr kommuniziert, als nur der sachliche Inhalt. Der Hamburger Kommunikationspsychologe Friedemann Schulz von Thun hat daraus das sog. „Nachrichtenquadrat“ entwickelt. Die Kommunikationspartner kommunizieren damit auf 4 Seiten gleichzeitig, egal, ob sie es wollen oder nicht. Diese Seiten sind:

#### **1) Sachinhalt:**

Etwas Bestimmtes wird mitgeteilt – hier geht es um die „gegenständliche Dimension“.

#### **2) Beziehung:**

Eine Beziehung zwischen den Kommunikationspartnern wird hergestellt. Das geschieht durch Tonfall, Art der Formulierung, Kommunikationssituation. Hier geht es um die „intersubjektive Ebene“.

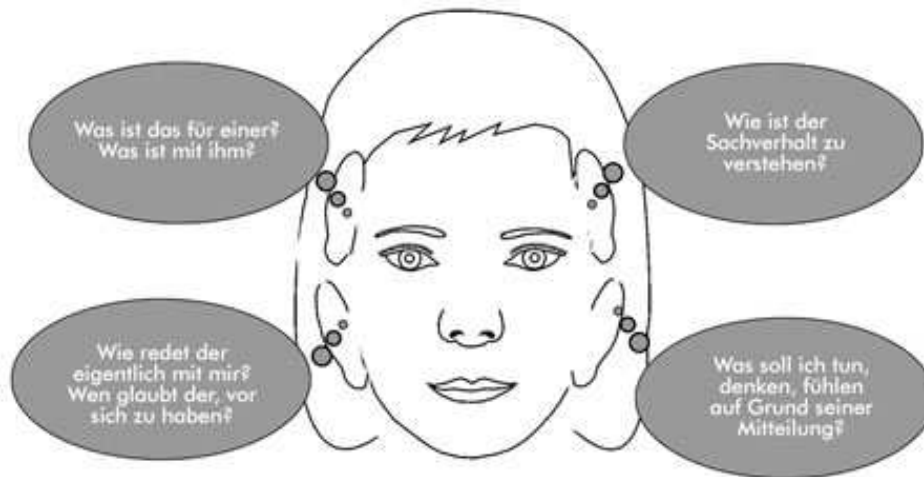
### 3) Selbstoffenbarung:

Egal, ob gewollt oder nicht: jede Mitteilung enthält eine Selbstoffenbarung. Der Kommunizierende gibt etwas von sich preis – als Symptom für innere Vorgänge wie Angst, Selbstsicherheit, Authentizität etc.

### 4) Appell:

Jede Mitteilung enthält einen (versteckten oder offenen) Appell an den Rezipienten. Der Kommunizierende will seinen Kommunikationspartner, sein Denken oder Handeln, beeinflussen.

Schulz von Thun erklärt diese Beispiele grafisch mit dem „4-ohrigen Empfänger“



*Das Beispiel:*

*Ein Professor sagt zu seinen Studenten:*

***"Schon seit einer Woche befindet sich alle wichtige Literatur in der Bibliothek"***

#### **1.) Sachinhalt:**

*Er teilt seinen Studenten mit, dass sich Literatur in der Bibliothek befindet*

#### **2.) Beziehung:**

*Es versteckt sich der Hinweis, was der Professor von seinen Studenten hält. Wenn er diesen Satz mit z.B.: lauter, brüllender Stimme sagt, könnte das so gedeutet werden, dass er seine Studenten als lesefaul empfindet.*

#### **3.) Appell:**

*er möchte die Studenten dazu bewegen, auch wichtige Literatur nebenbei zu lesen*

#### **4.) Selbstoffenbarung:**

*Er gibt von sich preis, dass ihm zusätzliche Literatur wichtig ist und dass er sich dafür eingesetzt hat, dass diese in die Bibliothek kommt*

### **35. Kritik an der Container Metapher:**

*Burkart 35f*

Nach „Container-Metapher“ ist die Botschaft mit einem Behälter vergleichbar, der objektiv bestimmbare Bedeutungen enthält, die man nur zu entziffern braucht. Das Medium wird zu einem bloßen „Transportmittel“. Kritik dazu kommt von Krippendorff und Merten. Denn die Container-Metapher hat sich als zu simpel erwiesen. Sinn bzw. Bedeutung werden nicht einfach „übertragen“, Informationen „ausgetauscht“. Ganz im Gegenteil: Kommunikation ist nach Luhmann „Aktualisierung von Sinn“. Bedeutungsinhalte, die im Bewusstsein der Kommunikationspartner bereits vorhanden sind, werden im Prozess der Kommunikation wachgerufen bzw. aktualisiert.

### **36. Konvergenz**

*Burkart 37 (inkl. Fußnote 23), 371f*

Konvergenz wird im IPKW-Sinn in zwei Bedeutungen gebraucht.

Vereinzelt wird mit Konvergenz die Angleichung des Informations- und Unterhaltungsangebots öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten an das der Privaten bezeichnet.

Konvergenz meint aber meist das Zusammenwachsen von Telekommunikations- (Rundfunk-) und Computertechnik. Die Telematik (Verbindung von Telekommunikationseinrichtungen wie Telefon und Computer) verschmilzt mit „elektronischen Rundfunkmedien“ (Hörfunk, Fernsehen, Kabel-TV) zur „Mediamatik“ (Begriff von Latzer).

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, inwieweit Fernsehen von Telematik ersetzt wird. Dagegen argumentiert die Theorie der „Komplementarität“ (s. Frage 15)<sup>17</sup>.

Eine mögliche Herangehensweise ist es, Medien nicht über Eigenschaften bestimmter Geräte zu definieren sondern über Dienste, für die man sie in Anspruch nimmt (Fernsehen kann man am Fernseher oder Computer, der Computer kann zum Texte schreiben, Video sehen oder telefonieren verwendet werden, s. Frage 22 im Zusammenhang mit „quartären Medien“).

#### **Drei Ebenen der Konvergenz laut Latzer**

- .) **technische** Netz-Ebene
- .) **funktionale** Netz-Ebene
- .) **unternehmensbezogene** Firmenebene

### **37. Kommunikation wird auch als „symbolisch vermittelte Interaktion“ bezeichnet. Erklären Sie, was damit gemeint ist.**

**s. Frage 17**

*Burkart S. 54f*

Kommunikation ist symbolisch vermittelte Interaktion<sup>18</sup>. Menschen leben nicht nur in einer natürlichen Umwelt, sie leben auch in einer symbolischen Umwelt. In einer Analyse der einzelnen Bestandteile lässt sich Folgendes feststellen:

1) Symbolisch

Menschen handeln Dingen gegenüber auf der Grundlage der Bedeutung, die sie für sie haben. Ein Sessel steht für „Sitzen“. Eine Tatsache, die ein Kleinkind etwa erst lernen muss – und zwar in sozialer Interaktion.

2) Vermittelt

Die Bedeutung von Dingen entsteht in sozialer Interaktion mit Mitmenschen. Das Kleinkind lernt, dass ein Sessel zum Sitzen ist. Ein Hinschieben des Sessels kann als Aufforderung zum Sitzen verstanden werden.

3) Interaktion

Die Bedeutung von Dingen wird im Interaktionsprozess definiert – oder auch abgeändert. So ist die Verwendung des Wortes „Neger“ früher eine gebräuchliche Bezeichnung gewesen. Im Lauf der Zeit hat man allerdings die herabwürdigende Bedeutung des Wortes erkannt, so dass in sozialer Interaktion gewissermaßen

---

<sup>17</sup> Für mich stellt sich hier vor allem die Frage, was als „Fernsehen“ bezeichnet wird und ob hier nicht ein einseitig technisch geprägter Begriff verwendet wird. Sprechen wir – vereinfacht gesagt – schon von „Telematik“ nur, weil ein Computer eine Fernsehkarte hat?

<sup>18</sup> „symbolischer Interaktionismus“ nach Mead

### **38. Ist Massenkommunikation ein überalterter Begriff? Pros und Contras!**

s. Burkart 166ff, s. auch Frage 34

#### **Contra Massenkommunikation (ja veraltet):**

„mass communication“ wurde einfach als Massenkommunikation übersetzt (weder Masse, noch Kommunikation). Darüber hinaus s. Frage 34) Decline of Mass Media - angemessener: Zielgruppenkommunikation (Publikum schrumpft)

#### **Pro Massenkommunikation (nein nicht veraltet):**

1) Aus pragmatischen Gründen:

Der Begriff ist etabliert und lässt sich nicht schlicht eliminieren oder ersetzen.

2) Aus inhaltlichen Gründen:

Die strukturellen Grundmuster der Wortbestandteile sind nach wie vor charakteristisch, auch wenn sich die Quantität geändert hat.

### **39. Interaktion und Interaktivität**

s. Burkart 30ff, 375f, s. auch Frage 31)

#### **Interaktion**

Interaktion im Allgemeinen meint Prozesse der Wechselbeziehungen bzw. Wechselwirkungen zwischen zwei oder mehr Größen. „Soziale Interaktion“ als spezielle Ausprägung meint wechselseitiges Geschehen zwischen mind. 2 Lebewesen.

#### **Interaktivität:**

Interaktivität bedeutet die prinzipielle Bereitschaft zu Interaktion. Als klassisches Beispiel dient hier das Internet: Die Programmierung eines Forums, die technische Infrastruktur, bietet Interaktivität, ist also bereit, Interaktion zu ermöglichen. Die eigentliche Interaktivität ist etwa der Meinungs austausch in einem Forum oder Chatroom.

### **40. Interaktion mit vs. mithilfe eines Mediums**

#### **1. Interaktion MIT einem Medium – Technische Perspektive**

Burkart-Folien 10

##### **1. Interaktion mit einem Medium (technische Perspektive)**

Eingreifen in den Ablauf des Info-Angebotes

Stufen der Interaktivität (z.B. nach Rössler 2003):

reaktive / responsive Medien (= Selektion ist möglich)

transaktive Medien (= Auslösen vorprogrammierter Routinen)

##### **2. Interaktion mit Hilfe eines Mediums (sowi Perspektive)**

Nutzer kann selbst antworten / wird zum Aussagenden..

Medien für persönliche Interaktionen (= Informationsvermittlung)

! Interaktivität ist nicht gleich Interaktion

! Mediale Techniken = Interaktivitätspotenziale.

### **41. Gatekeeper**

s. Burkart 276ff

Die „Gatekeeper-Forschung“ definiert den Journalist laut White/Lewin als „Schleusenwärter. Er ist es, der durch individuelle Auswahl bestimmt, welche Nachrichten den Weg an die breite Öffentlichkeit finden. Konkret wurde das Verhalten eines „Wire Editors“

Diese strenge Auslegung eines „Gatekeepers“ der Nachrichtenauswahl kann so nicht aufrechterhalten werden. Der Journalist ist Teil eines institutionalisierten Ganzen, einer „Nachrichtenbürokratie“. Nicht er, sondern eine kleine Gruppe (Herausgeber, Chefredakteur) entscheidet.<sup>19</sup>

#### **42. Funktionen der Massenmedien**

s. Burkart 378ff, bes. 382

FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN		
soziale	politische	ökonomische
I n f o r m a t i o n s f u n k t i o n		
Sozialisationsfunktion	Herstellen von Öffentlichkeit	Zirkulationsfunktion - Wissensvermittlung
Soziale Orientierungsfunktion	Artikulationsfunktion	- Sozialtherapie - Legitimationshilfe
Rekreativfunktion (Unterhaltung, Eskapismus)	Politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion	Regenerative Funktion
Integrationsfunktion	Kritik- und Kontrollfunktion	Herrschaftliche Funktion
soziales	politisches	ökonomisches
GESELLSCHAFTLICHES SYSTEM		

#### **1. politische Funktion**

- herstellen von öffentlichkeit
- Artikulationsfunktion (Sprachrohr für demokratisch akzeptable Parteien)
- polit. Bildungsfunktion (Medien ermöglichen Teilnahme am polit. Prozess)
- Kritik-&Kontrollfunktion (geben Opposition und Bürgern die Möglichkeit Kritik zu üben; außerdem üben sie auch selber Kritik --> Recherche, Kommentare)

#### **2. Soziale Funktion**

- Sozialisationsfunktion (Eingliederung der Menschen in Gesellschaft etc.)
- Soziale Orientierungsfunktion (Zurechtfinden in einer immer unüberschaubarer werdenden Umwelt)
- Rekreativfunktion (Ablenkung, Unterhaltung, Entspannung, Erholung)
- Integrationsfunktion (--> siehe Ronneberger)

#### **3. Ökonomische Funktion**

greifen mit ihren gedruckte und gesendeten Inhalten unterstützend in den Prozess der Warenzirkulation ein

<sup>19</sup> Als Beispiel können hier die direkten inhaltlichen Vorgaben eines Hans Dichand in der Kronen Zeitung genommen werden. Zu beachten ist auch, dass die elektronischen Medien hier zu einer Art „Kulturrevolution“ geführt haben. Die Agenturmeldungen kommen nicht mehr per Fernschreiber, sondern sind elektronisch abrufbar. Jeder einzelne Redakteur kann zugreifen, kann selektieren. Darüber hinaus sorgt das WWW dafür, dass sich User verstärkt an den traditionellen Massenmedien vorbei direkt informieren können, den „Gatekeeper“ Journalist problemlos umgehen können. Jüngste Entwicklung in diese Richtung sind die Weblogs.



#### **4. Informationsfunktion**

"informative" Mitteilung, die das Wissen des Empfängers erweitert; Informationsgehalt ist eine veränderliche Größe

#### **43. Erkenntnistheorie: Zugänge, Bedeutung für Medienpädagogik**

#### **44. Wie verändert Internet die Kommunikationstheorie?**

#### **45. Theorie des kommunikativen Handelns nach Habermas**

**Verhalten ist jede Regung eines Organismus**

**Soziales Verhalten ist jedes Verhalten im Hinblick auf ein anderes Lebewesen**, das heißt Verhalten, das eine Reaktion auf ein anderes Lebewesen darstellt (Wenn Die Henne den Wald verlässt weil der Fuchs auftaucht ist das soziale Verhalten)

Handeln ist ein Spezial-Fall des Verhaltens da es intentional ist intentionales

Verhalten, es steckt ein Zweck eine Intention dahinter. **Ist das Handeln in seinem Zweck und Ablauf auf andere Lebewesen ausgerichtet sprechen wir von sozialen Handeln. Wird im Zuge dieses sozialen Handelns Bedeutung transportiert dann sprechen wir von kommunikativem Handeln.**

**Kommunikatives Handeln** kennt zwei Intentionen:

**a) allgemeine Intention:** Man adressiert mindestens an eine Person eine Mitteilung. Ziel ist es mit mindestens einer Person Bedeutung zu teilen (Teilen = lat. Communicare). Das konstante Ziel ist die Verständigung

**b) spezielle Intention.** Hinter dem Kommunikationsvorgang steht ein spezielles Interesse. Es ist der Grund warum es überhaupt zum kommunikativen Handeln kommt. Das variable Ziel des kommunikativen Handelns ist die Umsetzung dieser Interessen.

**Beispiel: „Schließe den Kühlschrank!“** Allgemeine Intention ist die Mitteilung und die Verständigung über die Bedeutung der Worte. Ich will sicher gehen, dass du mit „Kühlschrank schliessen“ dieselbe Bedeutung teilst wie ich. Mein Ziel ist also die Verständigung.

Die spezielle Intention ist dass ich verderbliche Lebensmittel im Kühlschrank aufbewahre. Mein spezielles Interesse ist also erst dann erfüllt wenn du den Kühlschrank schließt (variables Ziel)

#### **46. Prämissen des symbolischen Interaktionismus**

1. Menschen handeln Dingen gegenüber auf der Grundlage von **subjektiven Bedeutungen**

2. Die Bedeutungen dieser Dinge entstehen in **sozialer Interaktion**, die man mit Mitmenschen eingeht.

3. Diese Bedeutungen werden im Rahmen der Auseinandersetzung mit eben diesen Dingen in einem **interpretativen Prozess** benützt und auch abgeändert.

**47. "Beschreiben sie, was die 4 Klassen gesellschaftlicher Randbedingungen von Kommunikation sind"**

*Burkart 429ff*

Der Soziologe Badura hat die technische Perspektive des Shannon-Weaver-Konzepts auf die sozialwissenschaftliche Analyse menschlicher Kommunikation übertragen. Gesellschaftliche Randbedingungen beeinflussen die Kommunikation (genau so, wie technische Randbedingungen für Nebengeräusche bei der elektrischen Signalübertragung sorgen). Es ergeben sich folgende Randbedingungen:

**1) Kommunikationssituation**

Die Rezeption wird oberflächlicher, unkonzentrierter, wenn etwa ein Plakat auf der Straße zufällig wahrgenommen wird, gezielter etwa, wenn nähere Informationen zu einem bestimmten Thema im Internet gesucht werden.

**2) Informationsniveau**

Wie konkret / abstrakt wird eine Information aufbereitet? Wie ist das Vorwissen?

**3) Emotiver Erlebnishorizont**

Gefühle und Einstellungen, die bei einem Informationsübertragungsprozess wachgerufen werden. So wird Kriegsberichterstattung von der Nachkriegsgeneration anders wahrgenommen als von Kriegsteilnehmern.

**4) Interessen**

Interessen, die einem bestimmten Thema bzw. einer Person entgegengebracht werden: Ein Wissenschaftlicher, der einen Fachbeitrag formuliert, wird eine präzise Darstellung abliefern, da er mit aufmerksamer und kritischer Rezeption rechnen kann. Die Rezipienten werden entsprechend mehr Zeit für das Lesen des Artikels aufwenden.