

Grundlagen der Kommunikation und Medientheorie

Informieren

„benachrichtigen, Auskunft geben, belehren“: Das Verb wurde im 15. Jh. aus lat. *informare* entlehnt, und zwar in dessen übertragener Bedeutung „durch Unterweisung bilden, unterrichten“, eigentlich „eine Gestalt geben, formen, bilden“ (zu in..., In... und lat. *forma* „Gebilde, Gepräge, Gestalt“ [vgl. Form]).

Dazu stellen sich das Substantiv **Information** „Nachricht, Auskunft, Belehrung“ (16. Jh.; aus lat. *informatio*), das Adjektiv *informativ* „belehrend, aufschlussreich“ (19. Jh.) und die jungen Bildungen **Informand** „jemand, der [geheime] Informationen erhält“, **Informant** „jemand, der [geheime] Informationen liefert“, ferner **Informatik** „Wissenschaft von der Informationsverarbeitung, bes. von den elektronischen Datenverarbeitungsanlagen“, dazu **Informatiker** (alle 20. Jh.)

Kommunizieren

Das Verb wurde bereits im 18. Jh. aus lat. *communicare* „gemeinschaftlich tun; mitteilen“ (zu lat. *communis* „allen gemeinsam; vgl. Kommune) entlehnt.

Abgesehen von der allgemeinen Bed. „mitteilen“ war es bis ins 20. Jh. vor allem in der Physik im Sinne von „in Verbindung stehen“ (beachte ‚kommunizierende Röhren“) und in der Theologie in der Bed. „zur Kommunion gehen“ gebräuchlich.

In der 2. Hälfte des 20. Jh.s wurde es unter dem Einfluss von engl. *to communicate* „sich verständigen, Informationen austauschen“ zu einem zentralen Wort der Nachrichtentechnik und der Geistes- und Sozialwissenschaften. Dazu stellt sich das Substantiv **Kommunikation** (18. Jh.; aus lat. *communicatio* „Mitteilung, Unterredung“, im 20. Jh. unter dem Einfluß von engl. *communication* „Verständigung, Informationsaustausch“).

Theorie

„abstrakte Betrachtungsweise; System wissenschaftlich begründeter Aussagen zur Erklärung bestimmter Erscheinungen o.ä.“: Das seit dem 16. Jh. bezeugte Fremdwort, das gewöhnlich als Gegenwort zu Praxis gebraucht wird, ist aus griech.-lat. *theoria* „das Zuschauen; Betrachtung, Untersuchung; wissenschaftliche Erkenntnis usw.“ entlehnt. Zugrunde liegt das griech. Substantiv *theoros* „Zuschauer“, das zusammengezogen ist aus **thea-(u)orós* „jemand, der ein Schauspiel sieht“ (zu griech. *théa* „Anschauen, Schau“ [vgl. Theater] und griech. *horáein* „sehen“). - Dazu stellen sich **theoretisch** „rein wissenschaftlich; gedanklich; vorstellungsmässig; ohne hinreichenden Bezug auf die Wirklichkeit“ (im Gegensatz zu praktisch), ... und **Theoretiker** „Wissenschaftler, Gelehrter; (abschätzig für:) wirklichkeitsfremder Mensch“ (18. Jh.).

Technik

„Handhabung, [Herstellungs]verfahren, Arbeitsweise; Hand-, Kunstfertigkeit“, im speziellen Sinne zusammenfassende Bezeichnung für die Ingenieurwissenschaften: Die seit dem 18. Jh. gebräuchliche Form ‚Technik‘ geht auf das lat. *technica* „Kunst, Künste; Anweisung zur Ausübung einer Kunst oder Wissenschaft“ zurück. Dies ist eine gelehrte Bildung zu lat. *technicus* „zur Kunst gehörig, kunstgemäß; wissenschaftlich, fachmännisch“, das in dieser lat. Form seit der Mitte des 17. Jh. bezeugt ist. An seine Stelle trat seit dem 18. Jh. unsere Adjektivbildung *technisch* „die Technik betreffend; kunstgerecht, fachgemäß“.

Medium

Das seit dem 17. Jh. bezeugte Fremdwort ist aus dem substantivierten Neutrum des lat. Adjektivs *medius* „in der Mitte befindlich, mittlerer usw.“ entlehnt.

Es erscheint in sehr verschiedenen Verwendungsbereichen: Einmal als naturwissenschaftlicher Terminus im Sinne von „Mittel, Vermittlungsstoff“ zur Bezeichnung eines Trägers physikalischer oder chemischer Vorgänge, ferner allgemein im Sinne von „Vermittlung, vermittelndes Element“, schließlich in der Sprachlehre zur Bezeichnung einer ... Verhaltensrichtung des Verbs ... Seit dem 19. Jh. spielt das Wort in Spiritismus und Okkultismus eine Rolle. Es gilt hier im Sinne von „vermittelnde Person im übersinnlichen Bereich“, danach auch allgemein im Sinne von „geeignete Versuchsperson“. - Lat. *medius*, das auch in Intermezzo, Meridian und Milieu enthalten ist, ist mit den unter Mitte genannten Wörtern urverwandt.

Wissenschaft

Wissenschaft dient der Schaffung von Wissen, d.h. sicherer Erkenntnis über die Wirklichkeit bzw. einen Ausschnitt oder Aspekt derselben. Wissenschaft ist zu diesem Zweck folgenden Prinzipien verpflichtet:

- Vorurteilsfreiheit,
- Voraussetzungslosigkeit,
- methodische Disziplin,
- unbedingte Sachlichkeit,
- Objektivität,
- Allgemeingültigkeit,
- Nachvollziehbarkeit/Zuverlässigkeit,
- Widerspruchsfreiheit,
- Eindeutigkeit,
- Vollständigkeit,
- Öffentlichkeit.

Walter Theimer: Was ist Wissenschaft?, S. 15 f.

Wissenschaft nach de Solla Price

„Der Wissenschaftssoziologe Derek de Solla Price hat die Wissenschaft definiert als dasjenige, was in wissenschaftlich angesehenen Zeitschriften veröffentlicht wird, und - entsprechend - einen Wissenschaftler als jemanden, der zumindest in den beiden letzten Jahrgängen einer wissenschaftlichen Zeitschrift etwas veröffentlicht hat.“

Nach Material von Alfred Diemer , bearbeitet von Helmut Seiffert. In: Handlexikon zur Wissenschaftstheorie, S. 391

Wissenschaft nach Diemer

„Ich selbst würde eher so definieren:

Wissenschaft ist dort, wo diejenigen, die als Wissenschaftler angesehen werden, nach allgemein als wissenschaftlich anerkannten Kriterien forschend arbeiten.“

Nach Material von Alfred Diemer , bearbeitet von Helmut Seiffert. In: Handlexikon zur Wissenschaftstheorie, S. 391

Metaphern und Modelle für Kommunikation

Kommunikation

- als Schaffung von Monumenten
- als Symbolon
- als das, was göttliche Boten tun
- ist, mit Argumenten umzugehen
- als Übertragung von Botschaften
- mit Botschaften in Containern
- als Mitteilung von Gemeinsamkeiten
- (Argumentation) als Kriegsführung
- im Kanal: Der Fluß der Signale
- als Kontrolle, Machtinstrument, Steuerung

Krippendorf, Klaus: Der verschwundene Bote. Modelle und Metaphern für Kommunikation. In: Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Opladen 1994, S. 79 - 113

Zeichen



“Ein Zeichen ist eine materielle Erscheinung, der eine Bedeutung zugeordnet (worden) ist.

Indem es etwas bedeutet, verweist es auf etwas; d.h. es deutet auf etwas hin, das von ihm selbst verschieden (!) ist.

Der Gegenstand/der Zustand/die Beziehung/das Ereignis usw., auf den/das/die das Zeichen verweist, fungiert dabei <lediglich> als die Quelle seiner Bedeutung;

der eigentliche Träger der Bedeutung ist das Zeichen selbst.

Ein Zeichen kann grundsätzlich alles sein, was (sinnlich) wahrnehmbar ist, kurz: alles was in irgendeiner materiellen Form manifestiert wird.“

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. 3. Auflage Wien 1998. S. 42f

natürliche oder künstliche Zeichen

natürliche Zeichen:

nicht eigentlich für Kommunikationszwecke entstanden; kausale und naturhafte Verbindung zum Objekt, auf das sie verweisen. (Hof um Mond als Zeichen für Wetterverschlechterung, Rauch als Zeichen für Feuer)

künstliche Zeichen:

materielle Erscheinungen, die zum Zweck der Kommunikation entstanden bzw. geschaffen worden sind. Wesentliche Aspekte künstlicher Zeichen in der menschlichen Kommunikation:

ihre Bedeutung ist Resultat sozialer Übereinkunft; Konvention: •als Folge einer bewusst und zielgerichteten Übereinkunft (z.B. Codes) oder •aus gesellschaftlicher Praxis historisch entstanden (z.B. Lautsprache)

Signalfunktion oder Symbolfunktion

Signalfunktion:

unmittelbare Einwirkung auf das Verhalten anderer Lebewesen; Zeichen zu etwas; soll eine bestimmte Reaktion auslösen; kann vereinbart, instinktiv veranlagt oder durch Lernprozesse konditioniert sein. (z.B. "Handzeichen" von Verkehrspolizisten, Schwänzeltanz von Bienen)

Symbolfunktion:

Zeichen repräsentiert, vertritt den Gegenstand auf den es verweist; kann anstelle des repräsentierten Objekts auftreten und im Bewusstsein Anschauungen, Vorstellungen oder Gedanken hervorrufen, die sonst nur das Objekt selbst hervorruft; Konvention ist Vorbedingung (z.B. "T-i-s-c-h")

Entscheidung zwischen Signal- und Symbolfunktion durch Gebrauch



Semiotik



Die **drei Dimensionen von Zeichensystemen** im allgemeinen und damit auch des Zeichensystems 'Sprache' im besonderen hat erstmals Charles William Morris 1938 in seinen "Foundations of the Theory of Signs" unterschieden

Sie lassen sich folgendermaßen charakterisieren:

- 1.) Die **syntaktische Dimension** hat es mit den Beziehungen der **Zeichen untereinander** zu tun.
- 2.) Die **semantische Dimension** hat es mit den Beziehungen zwischen den Zeichen und dem, **wofür sie stehen, zu tun**.
- 3.) Die **pragmatische Dimension** hat es mit den Beziehungen zwischen den Zeichen, dem wofür sie stehen, und dem was dies für die beteiligten Personen ... als **Handlungsaufforderung** darstellt, zu tun.

Seiffert, Helmut: Information über die Information. München 1968. S. 86 (Hervorhebungen von Seiffert.); vgl. auch Morris, Charles William: Grundlagen der Zeichentheorie, Ästhetik der Zeichentheorie. Frankfurt/M 1988. S. 24f

Human-Kommunikation als symbolisch vermittelte Interaktion

- Kommunikation ist ein soziales Phänomen, aufeinander gerichtetes Verhalten von Lebewesen
- Menschliche Kommunikation ist intentional, Mittel zum Zweck
- allgemeine Intention: etwas mitteilen, Verständigung erreichen
- spezielle Intentionen: spezifische, anlassbezogenen variable Interessen
- Menschliche Kommunikation ist doppelseitiger Prozess mit dem Resultat wechselseitig vollzogener Bedeutungsvermittlung (im Erfolgsfalle)
- Voraussetzung für kommunikatives Handeln: Medium
- •Medium macht erst verschiedene Ausdrucksformen mit spezifischen Bedeutungsinhalten möglich: Kommunikation als Zeichenprozess (Symbolzeichen!)
- Human-Kommunikation als symbolisch vermittelte Interaktion: In-Beziehung-treten, um mit Hilfe wechselseitig gemeinsam verfügbarer Zeichen wechselseitig vorrätige Bedeutungsinhalte im Bewusstsein zu aktualisieren.

Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. 3. Auflage Wien 1998. S.58ff

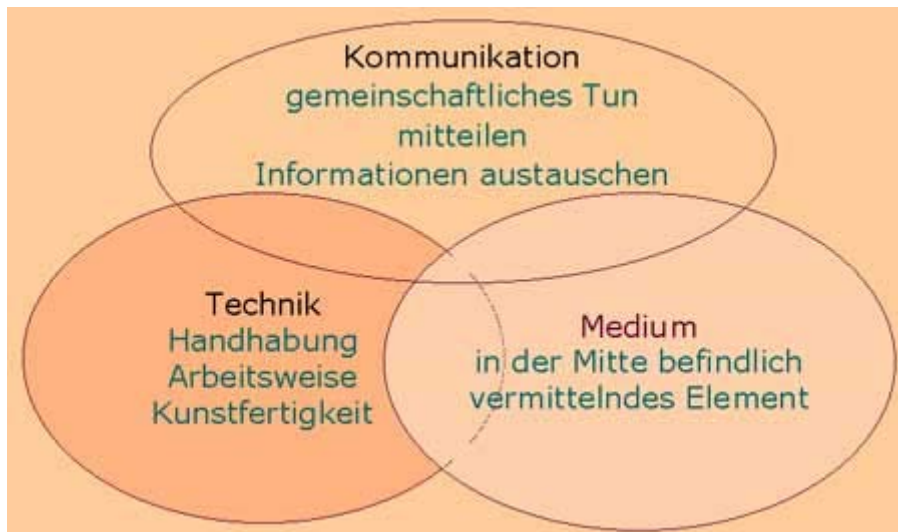
Nonverbale Kommunikation

Verschiedene Körpersignale



- •Gesichtsausdruck
- Blick
- Gesten und Körperbewegungen
- Körperhaltung
- Körperkontakt
- Räumliches Verhalten
- Kleidung, Körperbau, äußere Erscheinung
- Nonverbale Vokalisierungen

Kommunikation – Technik - Medium



Technische Kommunikationsmedien

1. Schriftbezogen



Buch
Zeitung, Zeitschrift
Brief/Post
Blatt/Flugschrift
Heft/Heftchen

2. Tonbezogen



Telefon
Schallplatte, MC, CD
Radio, Hörfunk

3. Bildbezogen



Fotografie
Film, Video
Fernsehen

4. Computerbezogen



Videotext, Bildschirmtext
 Computer
 Internet

Klassifizierung TKM

Medium	1, 2, 3 ?	Zweck?	interaktiv	Masse	zeitnah?	Bezug	Richtung	digital?
Sprache	primär	Übertragen			zeitnah	Ton	bi	analog
Theater	primär	Übertragen		Massen	zeitnah	Bild + Ton	mono	analog
Schrift	sekundär	Speichern			verzögert	Schrift	mono	analog/digital
Buch	sekundär	Speichern		Massen	verzögert	Schrift	mono	analog/digital
Zeitung	sekundär	Übertragen		Massen	verzögert	Schrift	mono	analog/digital
Brief	sekundär	Übertragen	interaktiv?		verzögert	Schrift	bi	analog/digital
Blatt	sekundär	Übertragen		Massen	verzögert	Schrift	mono	analog/digital
Plakat	sekundär	Übertragen		Massen	verzögert	Schrift + Bild	mono	analog/digital
Telegrafie	tertiär	Übertragen			zeitnah	Schrift	mono	digital
Telefonie	tertiär	Übertragen	interaktiv		zeitnah	Ton	bi	analog/digital
Schalplatte	tertiär	Speichern		Massen	verzögert	Ton	mono	analog
Tonband/MC	tertiär	Speichern		Massen	verzögert	Ton	mono	analog
CompactDisc	tertiär	Speichern		Massen	verzögert	Ton	mono	digital
Hörfunk	tertiär	Übertragen		Massen	zeitnah	Ton	mono	analog/digital
Fotografie	sekundär	Speichern		Massen	verzögert	Bild	mono	analog/digital
Diafotografie	tertiär	Speichern			verzögert	Bild	mono	analog
Film	tertiär	Speichern		Massen	verzögert	Bild + Ton	mono	analog
Video	tertiär	Speichern		Massen	verzögert	Bild + Ton	mono	analog/digital
Fernsehen	tertiär	Übertragen		Massen	zeitnah	Bild + Ton	mono	analog/digital
Computer	tertiär	Speichern	interaktiv		zeitnah	Computer	mono?	digital
Internet	tertiär	Übertragen	interaktiv	Massen	zeitnah	Computer	bi, multi	digital

Claude Elwood Shannon

-geb. 30. April 1916 in Poskey, Michigan, USA

-Mutter, Tochter deutscher Einwanderer und -entfernter Verwandter des großen Erfinders Thomas Edison.

-1932 Studium der Elektrotechnik und Mathematik an der University of Michigan.

-1938 – 40 Promotion unter dem Titel "Algebra fuer theoretische Genetik"

-1940 Arbeitsbeginn in den Bell Laboratories. Dort entwickelte er seine bekannteste Arbeit "Mathematische Theorie d.Nachrichtenübertragung", welche den Grundstein und auch schon die ersten und wichtigsten Stockwerke der Informationstheorie bildete. In den folgenden Jahren verfeinerte er diese Theorie, wandte sich aber auch anderen Themen wie der Programmierung von

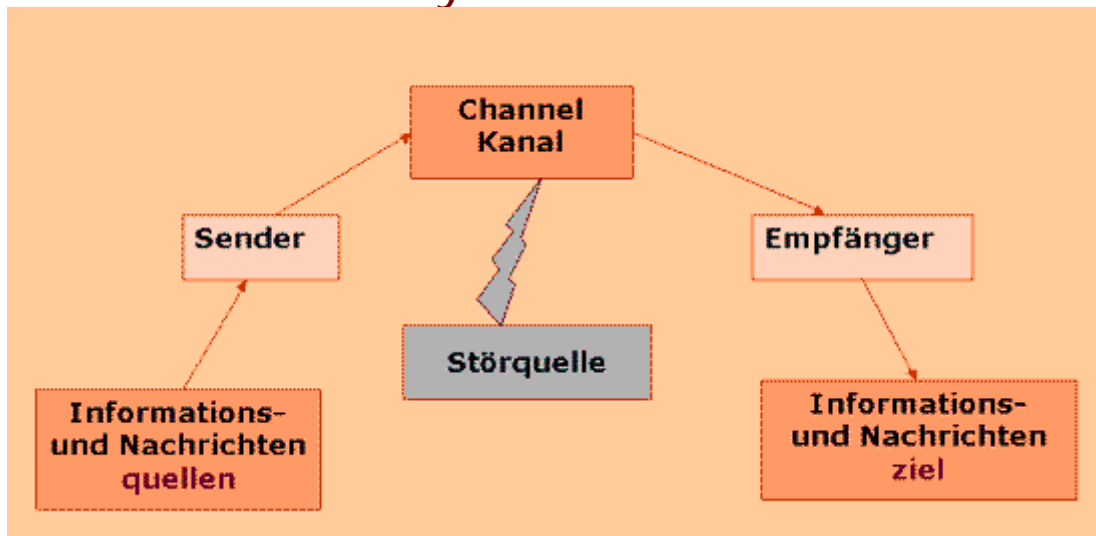
Schachcomputern und computergesteuerten Mäusen, welche ein Labyrinth durchqueren müssen, zu.

-Ab 1958 Professor am MIT (Massachusetts Institute of Technology).

-Shannon ist verheiratet und hat 3 Kinder.



Allgemeines Schema eines Kommunikationssystems



C. E. Shannon: Essentials

$$\text{Informationsmaß } H = -k \cdot \sum_{i=1}^n p_i \cdot \log p_i$$

Setzt man dabei $k=1$ und den Logarithmus zur Basis 2, dann erhält H die Einheit bit; für den kleinstmöglichen Computer mit den beiden einzigen Zuständen 0 und 1 (ohne Verkettung mehrerer Nullen und Einsen) ergibt sich: $H = -1 \cdot [(1/2 \cdot -1) + (1/2 \cdot -1)] = -1 \cdot -1 = 1$ bit

Definition des Informationsmaßes nach C.E. Shannon

Angenommen, wir haben einen Satz von möglichen Ereignissen, deren Wahrscheinlichkeiten, daß sie auftreten, p_1, p_2, \dots, p_n sind.

Diese Wahrscheinlichkeiten sind bekannt, das ist jedoch alles, was wir darüber wissen, welches Ereignis auftreten wird. Können wir einen Maßstab dafür finden, wieviel Wahlfreiheit in die Auswahl des Ereignisses einbezogen ist oder wie ungewiß wir bezüglich des Ereignisses sind?

Wenn ein solches Maß vorhanden ist, sagen wir $H(p_1, p_2, \dots, p_n)$, dann ist es angebracht, von ihm folgende Eigenschaften zu verlangen:

1. H sollte kontinuierlich in den p_i sein.
2. Wenn alle p_i gleich sind, $p_i=1/n$, dann sollte H eine monoton wachsende Funktion von n sein. Bei Ereignissen, welche dieselbe Wahrscheinlichkeit haben, besteht eine um so größere Wahlfreiheit oder Ungewißheit, je mehr mögliche Ereignisse es gibt.
3. Wenn eine Auswahl in zwei aufeinanderfolgende Wahlvorgänge aufgeteilt wird, sollte das ursprüngliche H die gewichtete Summe der individuellen H -Werte sein.

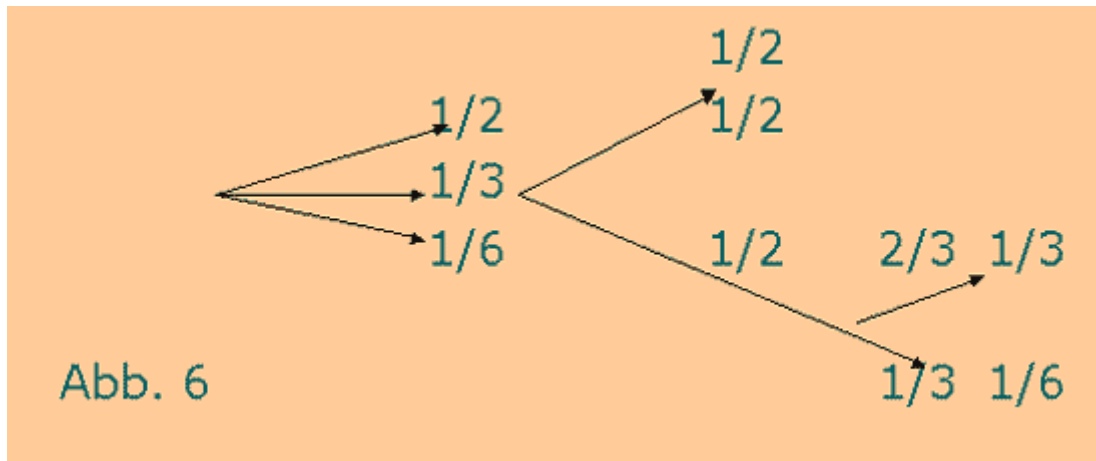
Die Bedeutung davon ist in Abb. 6 aufgezeichnet.

Links haben wir drei Möglichkeiten

$p_1=1/2,$
 $p_2=1/3,$
 $p_3=1/6.$

Rechts wählen wir zuerst zwischen zwei Möglichkeiten, von denen die Wahrscheinlichkeit $1/2$ besitzt, und wenn die zweite auftritt, wählt man noch einmal nach den Wahrscheinlichkeiten $2/3, 1/3$. Die Endergebnisse haben die gleichen Wahrscheinlichkeiten wie vorher. Wir fordern in diesem besonderen Fall, daß $H(1/2, 1/3, 1/6) = H(1/2, 1/2) + H(2/3, 1/3)$

Der Koeffizient $1/2$ ist der wichtigste Faktor, der eingeführt wird, weil diese Wahl nur halb so oft vorkommt.



Lehrsatz 2: Der einzige Wert H , der die drei obigen Voraussetzungen erfüllt, hat die Form

$$H = -k \cdot \sum_{i=1}^n p_i \cdot \log p_i$$

wobei k eine positive Konstante ist.

Setzt man dabei $k=1$ und den Logarithmus zur Basis 2, dann erhält H die Einheit bit.

4 Grundformen von Kommunikation

S. W. Littlejohn: Theories of human communication. 4. Auflage Belmont 1992. S. 19



nach S. W. Littlejohn

- Interpersonale Kommunikation
- Kleingruppenkommunikation
- Organisationskommunikation
- Massenkommunikation

Interpersonale Kommunikation

Interpersonal communication



deals with communication between people, usually in face-to-face, private setting. These chapters include theories relevant to characteristics of - communicators, - discourse, - and relationships

Kleingruppenkommunikation

Group communication



relates to the interaction of people in small groups, usually in decision-making settings. Group communication necessarily involves interpersonal interaction, and most of the theories of interpersonal communication apply also in the group context.

Organisationskommunikation

Organizational communication



occurs in large cooperative networks and includes virtually all aspects of both interpersonal and group communication and includes topics such as the structure and function of organizations, human relations, communication and the process of organizing, and organizational culture.

Massenkommunikation

Mass communication



deals with public and mediated communication. Many of the aspects of interpersonal, group, and organizational communication enter into the process of mass communication.

Axiome zwischenmenschlicher Kommunikation

Paul Watzlawick, Janet H. Beavin und Don D. Jackson machen in "Menschliche Kommunikation" geltend,

"daß das 'Material' jeglicher Kommunikation keineswegs nur Worte sind, sondern auch alle paralinguistischen Phänomene (wie z.B. Tonfall, Schnelligkeit oder Langsamkeit der Sprache, Pausen, Lachen und Seufzen), Körperhaltung, Ausdrucksbewegungen (Körpersprache) usw. innerhalb eines bestimmten Kontextes umfaßt - kurz, Verhalten jeder Art."

Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D.: Menschliche Kommunikation. Bern 1969. S. 51

Elf Axiome

Hiervon ausgehend geben sie 5 Axiome für die Pragmatik menschlicher Kommunikation an, die Dieter Baacke in "Kommunikation und Kompetenz" auf insgesamt **11 Axiome** erweitert hat.

1. Permanenz
2. Beziehung
3. Festlegung
4. Ökonomie
5. Institution
6. Erwartbarkeit
7. Regeln und Rollen
8. Inhalt und Beziehung
9. Kontrolle
10. Noise
11. Instrumentale versus konsumatorische Kommunikation

Axiome zwischenmenschlicher Kommunikation

Permanenz: Es ist unmöglich, nicht zu kommunizieren. Man kommuniziert permanent.

Beziehung: Jede Kommunikation stellt eine Beziehung her und dar.

Festlegung: Jede Kommunikation führt zu Festlegungen der Beteiligten bezüglich ihrer Beziehung und des Gegenstandes der Kommunikation.

Ökonomie: Kommunikation bedeutet ein Risiko und fordert einen Aufwand, die Kommunikationspartner versuchen, sich demgegenüber ökonomisch zu verhalten.

Institution: Länger andauernde Kommunikationsbeziehungen werden durch offizielle oder privat zufällige Institutionalisierungen stabilisiert.

Erwartbarkeit: In jede Kommunikation fließen Erwartungen ein, sie können die Kommunikation sichern und erleichtern.

7.Regeln und Rollen: Kommunikation wird durch verschiedene Regeln gesteuert, Rollenbeziehungen sind die wichtigsten dieser Regularien.

8.Inhalt und Beziehung: Kommunikation hat einen Inhaltsaspekt (kognitiv, Sprache, überwiegend digital) und einen Beziehungsaspekt (emotional, Wahrnehmung + Sprache, überwiegend analog).

9.Kontrolle: Jede Kommunikation beinhaltet Kontrollmomente.

10.Noise (Störung): Störungen sind integraler Bestandteil aller Kommunikation.

11.Instrumentale versus konsumatorische Kommunikation: Kommunikation kann der Selbsterfüllung dienen, im allgemeinen hat sie aber auch bestimmte Funktionen oder dient Zwecken, die außer ihr liegen.

Vgl. Baacke, Dieter: Kommunikation und Kompetenz. München 1980. S. 98-166. Die 5 Axiome von Watzlawick et al. sind im wesentlichen in Baackes Axiomen 1, 2, 7 und 8 aufgehoben.

Massenkommunikation

Definition:

“Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen:

- öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft)
- durch technische Verbreitungsmittel (Medien)
- indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern)
- und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem) in ein disperses Publikum vermittelt werden.“

Zur Begrifflichkeit: Massen(?)Kommunikation(?)

Gerd Maletzke: Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg 1963. S. 32

Modelle für Massenkommunikation

Verschiedene Modelle

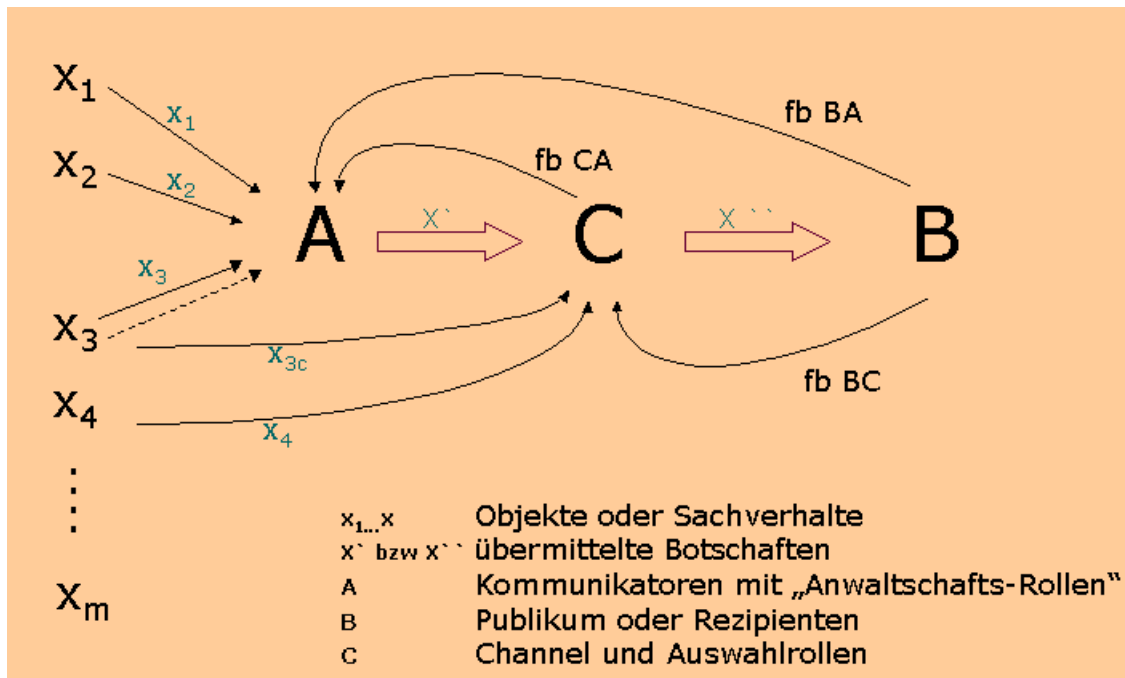
- Westley, McLean (1957)
- Schramm (1954)
- Gerbner (1956)
- Riley, Riley (1959)
- Maletzke (1963)
- De Fleur (1966)
- Reimann (1966)

- Früh, Schönbach (1982)
- Hund (1980)

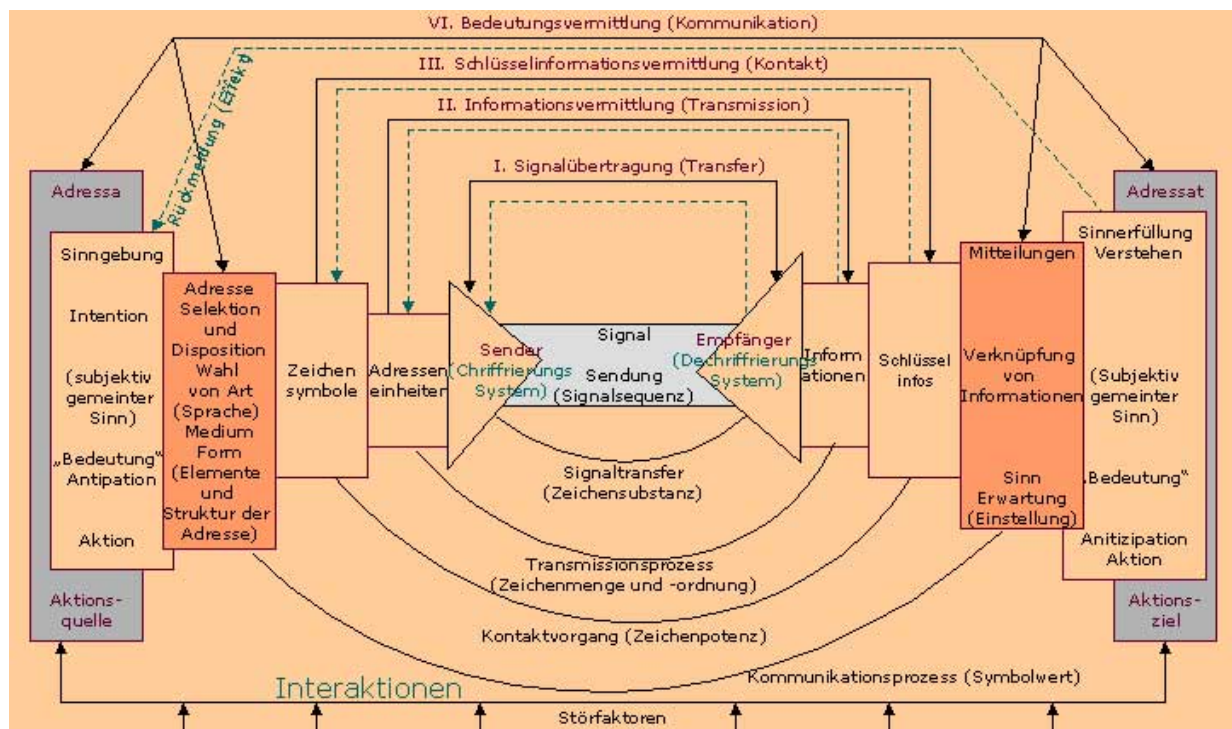
Wesentliche Aufgabe der Modelle:

Die für die jeweiligen AutorInnen wichtigen Faktoren der Massenkommunikation in ihren Relationen zueinander und zur Umgebung übersichtlich(?) darzustellen, insbesondere die Kommunikator, Aussage, Medium, Rezipient.

Modell von Westley und McLean (1957)



Kommunikationsprozesse



Wirkungen I

Definition:

„Medienwirkungen sind intersubjektiv feststellbare Eigenschaften bzw. Veränderungen individuellen Verhaltens, sozialer Systeme und sozialer Prozesse, die unter der Berücksichtigung des gesellschaftlichen Kontextes durch die Inhalte, die Formen und die Organisation der Medien erklärt werden können.“¹

Systematisierung von Wirkungen nach:

- individuellen und gesellschaftlichen Formen oder Arten
- psychologischen Kriterien
- formalen Aspekten
- Sachbereichen oder Gegenstandsfeldern

1 K. Lüscher: Medienwirkungen und Gesellschaftsentwicklung. In: Media-Perspektiven 9/1982, S. 545

Wirkungen II

Individuelle und gesellschaftliche Wirkungen:

Individuelle Wirkungen: z.B. Veränderungen von Einstellungen, Verhaltensweisen, Emotionen, Wissensstrukturen von Einzelpersonen

Gesellschaftliche Wirkungen: z.B. Medien als gesellschaftlicher Integrationsfaktor, Sozialisation durch Massenkommunikation, Einfluß von Fernsehen auf Familienleben, Einfluß von Medien auf Freizeitkultur, politische Aktivität/Apathie als Folge von Massenkommunikation, gesellschaftliche Auswirkungen von Gewaltdarstellungen in Kino/TV, Agenda-Setting-Funktion von Medien

-Psychologische Wirkungen:

Wissen: Lernen und Wissenserweiterung durch Massenmedien

Einstellungen: Meinungen (oberflächlicher), Attitüden (tiefer)

Verhalten: Nutzung von Medien, Inhalte von Medien

Emotionen: Spannung, Ärger, Freude, Heiterkeit, Zorn, Empörung, Rührung, Sympathie, Antipathie etc.

Wirkungen III

-Wirkungsarten nach formalen Kriterien

Zum Beispiel:

- beabsichtigt-unbeabsichtigt,
- einmalig-kumulativ,
- kurzfristig-langfristig.

-Problem: Für beabsichtigte, einmalige oder kurzfristige Wirkungen gibt es ganz brauchbare Forschungsmethoden. Für unbeabsichtigte, kumulative oder langfristige eher nicht. Diese haben jedoch eigentlich das höhere Gewicht.

-

-Wirkung nach Sachbereichen oder Gegenstandsfeldern: Wenig Konsens. Beispiel siehe nächste Folie

Wirkungen IV - Gliederung von Erscheinungsformen (Beispiel)

1. Verhalten

1.1 Alltagsverhalten, Freizeit

1.2 Passivität (z.B. als Folge des Fernsehens)

1.3 Gewalt (Folgen von Gewaltdarstellungen)

1.4 Panik (z.B. "Invasion from Mars")

2. Sozialisation (Medien als Sozialisationsfaktoren)

3. Integration (Medien als Integrationsfaktoren)

4. Sozialisation (Einflüsse der Medien)

5. Wissen – Bildung – Kultur

- 5.1 Wissensvermittlung (Lernen) durch Medien
- 5.2 Wissenskluff (Theorie der wachsenden ~)
- 5.3 Kulturkritik, Kulturverfall, Kulturimperialismus
- 6. Emotionen (Einflüsse der Medien)
- 7. Vorstellungen und Einstellungen (u.a. Stereotype und Vorurteile)
- 8. Informationen, Aktuelles
 - 8.1 Meinungen, politische Einstellungen, Wahlen
 - 8.2 Schweigespirale: Theorie von E. Noelle-Neumann über politische Meinungsbildung
 - 8.3 Agenda Setting (Themenstrukturierung durch Medien)
- 9. Weltsicht (Einflüsse der Medien)

Wirkungen V

Gegenkräfte bzw. Korrekturfaktoren gegenüber Medienwirkungen:

- vorhandene Attitüden-Struktur von Rezipienten
- Persönliche Kommunikation
- Gruppenkommunikation

Derzeitiger Stand der Wirkungsforschung:

- Sehr differenziertes Bild
- Abschied von der Monokausalität
- Weder Allmacht noch Ohnmacht der Medien

Theorien und Ansätze: Überblick

Übersicht nach Maletzke

- I. Einseitig linearer Ansatz (Lasswell, Shannon)
- II. Variablenansatz (verschiedene)
- III. Zusammenhänge zwischen persönlicher Kommunikation und Massenkommunikation (Katz, Lazarsfeld u.a.)
- IV. Nutzenansatz (Symbolischer Interaktionismus)
- V. Systemansatz (Parsons, Luhmann, Rühl)
- VI. Konstruktivismus (Merten u.a.)
- VII. Kritische Theorien (Habermas u.a.)
- VIII. kognitiven Dissonanz (Festinger)

I. Einseitig linearer Ansatz

(Massen-) Kommunikation als einseitige Vermittlung der Aussage vom Kommunikator zum Rezipienten

Harold D. Lasswell: Who says what in which channel, to whom, with what effect?

sogenannte Lasswell-Formel

Who (Kommunikationsforschung)
says what (Inhaltsanalyse)
in which channel (Medienforschung)
to whom (Rezipientenforschung)
with what effect (Wirkungsforschung) ?

5 Grundfaktoren: Kommunikator | Aussage | Medium | Rezipient | Wirkung

- o (Massen-) Kommunikation als gefächerte Einbahnstraße
- o Laborversuche in Anlehnung an das Reiz-Reaktions-Schema und Ursache-Wirkungs-Prinzip
- o Medien als mächtiger Beeinflussungsfaktor mit durchschlagenden Wirkungen auf ein passiv gedachtes Publikum

II. Variablenansatz

Variablen sind begrifflich definierte Merkmale (Eigenschaften) von Objekten, die mehrere Ausprägungen annehmen können."

H. Kromrey: Empirische Sozialforschung. 2. Aufl. Opladen 1983, S. 102

Variablen können "intervenieren", indem sie verschiedene Werte, Größen oder Ausprägungen annehmen und dadurch den Kommunikationsprozess beeinflussen

Mensch als Rezipient ist ein Bündel intervenierender Variablen:

- o Intelligenz,
- o Extraversiertheit,
- o Introvertiertheit,
- o Beeinflussbarkeit,
- o Begabungen,

- Wertorientierungen;
- Alter, Beruf, Bildung, Familiengröße, soziale Schicht etc.

Forschungsaufgaben: Identifizierung und Beschreibung von Variablen, Stellung innerhalb des Kommunikationsprozesses, Interdependenzen zwischen den Variablen, Rolle und Bedeutung der Variablen im Wirkungsprozess

III. Zusammenhänge zwischen persönlicher Kommunikation und Massenkommunikation

Wirksamkeit persönlicher Kommunikation im Vergleich zur Massenkommunikation: Studien zeigen, dass unter vergleichbaren Bedingungen das direkte Gespräch häufig überlegen ist. Mögliche Gründe:

- weniger kritische Distanz durch physische und psychische Nähe,
- Rückfrageoption,
- Kommunikator kann sich auf Partner einstellen,
- Wirkungen unmittelbar beobachten,
- Korrekturen vornehmen,
- Widerspruch klären

Mehrstufige Kommunikation, Rolle von Meinungsführern (Katz, Lazarsfeld u.a.):

Viele lassen sich nicht direkt von Massenmedien beeinflussen, sondern von "Meinungsführern" für verschiedene Themen. Meinungsführer sind aktiv, nutzen die Medien überdurchschnittlich, haben etwas umfangreichere Sachkenntnisse

Verbreitung neuer Ideen und Praktiken (Distribution, Diffusion) in 5 Phasen:

1. Zuwendung,
2. Interesse,
3. Beurteilung,
4. Versuch,
5. Übernahme.

Massenmedien wirken vor allem in Phase 1 und 2 (hier zusammen mit Meinungsführern)

IV. Nutzenansatz

Was machen die Medien mit dem Menschen? → Was macht der Mensch mit den Medien?

3 Grundideen:

1. Nutzen durch Bedürfnisbefriedigung,
 2. aktive Rezipienten,
 3. symbolischer Interaktionismus
- Rezipient entscheidet aktiv über die Rezeption bzw. Nutzung von Medien und Medieninhalten, er/sie selektiert eigenständig
 - Rezipient kann Medieninhalten Widerstand entgegensetzen
 - Handlungen des Publikums erfolgen zielgerichtet und intentional
 - Zuwendung zu Medien wird durch Nutzen-Kalkulation gesteuert
 - Medien-Nutzung als ein Akt der Bedürfnisbefriedigung in Konkurrenz zu anderen

Symbolischer Interaktionismus

“Unter symbolischer Interaktion werden die Prozesse verstanden, durch die Menschen auf ihr eigenes und das Bewusstsein anderer bezogen sind, also ihrer und anderer Motive, Mittel, Zwecke und Kenntnisse berücksichtigen.”

C.F. Graumann: Interaktion und Kommunikation. In: ders.: Handbuch der Psychologie. Göttingen 1973, Band 7, 2. Halbband, S. 1127

“Symbolische Interaktion, weil davon ausgegangen wird, dass der Mensch sich nicht nur in einer natürlichen, sondern auch in einer symbolischen Umwelt bewegt, d.h. sich an Bedeutungen und Bewertungen seiner Umwelt orientiert. Diese symbolische Umwelt ist ein Produkt menschlichen Handelns: die Objekte unserer Umwelt haben nur die Bedeutung, die wir ihnen zuschreiben. Der Mensch konstruiert seine Umwelt durch das Zuweisen von Bedeutungen und Wertungen. Symbolische Interaktionen, weil der Einzelne die Bedeutungen der in umgebenden Wirklichkeit erst im kommunikativen Austausch mit den ‘anderen’ lernt und bildet.”

W. Teichert: “Fernsehen” als soziales Handeln. In: Rundfunk und Fernsehen 21, 1973, S. 375

V. Systemansatz

Definitionen:

“Ein System konstituiert sich durch die Abgrenzung von seiner Umwelt und durch seine Beziehungen zu der abgegrenzten Umwelt; somit ‘bezeichnet System einen ganzheitlichen Zusammenhang von Teilen, deren Beziehungen untereinander quantitativ intensiver und qualitativ produktiver sind als ihre Beziehungen zu anderen Elementen. Diese Unterschiedlichkeit der Beziehungen konstituiert eine Systemgrenze, die System und Umwelt des Systems trennt.’”

Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Opladen 1998, S. 124f.
Im Zitat bezieht sich Maletzke auf H. Willke: Systemtheorie. Stuttgart 1982, S. 149

“Sozialsysteme bestehen nicht aus Personen, sondern immer aus konkreten Handlungen. Personen sind – systemtheoretisch gesprochen – Aktionssysteme eigener Art, die durch einzelne Handlungen mit unterschiedlichen Sozialsystemen verflochten sind; ein soziales System umfaßt nämlich keineswegs alle Handlungen einer beteiligten Person.”

Burkhart, Roland: Kommunikationswirtschaft. 3. Auflage Wien 1998, S. 446f

Wesentliche Aspekte

- Massenkommunikation als gesellschaftliches Teilsystem, das einerseits nach innen aus Subsystemen besteht und andererseits nach außen hin mit anderen Systemen in Wechselbeziehungen steht, und zwar in der horizontalen wie auch in der vertikalen Dimension.
- Horizontal sind Systeme mit anderen Systemen der gleichen Ebene verbunden.
- In der Vertikalen lassen sich Systeme als eine Hierarchie verstehen, bestehend aus umfassenderen, übergeordneten Systemen und aus Sub- oder Teilsystemen.
- Jedes System, das der Analytiker als gedankliches Konstrukt ausgliedert, ist je nach der Sichtweise als größeres oder als untergeordnetes System zu denken.

Kritik: Zu formal, zu abstrakt, losgelöst von Inhalten, Verschwinden von Personen und Individuen

Unwahrscheinliche Kommunikation ([Niklas Luhmann](#))

Kommunikation ist “unwahrscheinlich, obwohl wir sie jeden Tag erleben, praktizieren und ohne sie nicht leben würden”

N. Luhmann: Die Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation.
In: ders.: Soziologische Aufklärung. Opladen 1981

“Zwei Blackboxes bekommen es, aufgrund welcher Zufälle auch immer, miteinander zu tun. Jedes bestimmt ihr eigenes Verhalten durch komplexe selbstreferentielle Operationen innerhalb ihrer Grenzen. Das, was von ihr sichtbar wird, ist deshalb notwendig Reduktion. Jede unterstellt das gleiche der anderen. Deshalb bleiben die Blackboxes bei aller Bemühung und allem Zeitaufwand ... füreinander undurchsichtig.”

N. Luhmann: Soziale Systeme. Frankfurt/M 1984

- **Kommunikation als eigenes System**, als eine Einheit, die nach internen Regeln sich selbst beschreibt und die Grenzen des eigenen Bestandes erzeugt (= autopoietisches System).
- **Kommunikation als Zusammenfügung dreier Selektionen**: Information (Neues, von außen Kommendes), Mitteilen (erfolgt über die zur Verfügung stehenden Kanäle), Verstehen (Einfügung des Mitgeteilten in den Sinn-Rahmen).
- **Das soziale System Gesellschaft erhöht die Chancen für erfolgreiche Kommunikation durch zwei Eigenschaften**: Symbolische Generalisierung und binäre Schematisierung.
- **Symbolische Generalisierung**: Vorstellungen, Orientierungen, Werte, die von allen geteilt werden und die Kommunikation auch mit Unbekannten sichern.
- **Binäre Schematisierung**: Codierungen, die eine Entscheidung zwischen wahr und falsch, zwischen wert und unwert ermöglichen.
- **Kommunikation wird als eine Form sozialer Vermittlung beobachtbar**: Flüchtig, fehlerhaft, mangelhaft, nur für bestimmte endliche Bereiche nützlich, Kunstform, Prozeß, Gebrauchsgegenstand, Machtmittel.
- **Probleme**: Was ist mit Menschen oder sozialen Gruppen, die die Auswahlformen und Bestätigungsmechanismen ablehnen? Wahrnehmung und Kommunikation sind völlig voneinander getrennt: Wie wird zwischen ihnen vermittelt?

VI. Konstruktivismus

Ursprünglich: Kunstrichtung Anfang des 20. Jahrhunderts, Fokus auf räumliche Konstruktionsgebilde aus industriell-technischen Fertigungsstoffen

- gemäßigter Konstruktivismus: Mensch ist in seinem Erleben, Verhalten und Wahrnehmen nicht als passiv rezipierendes Wesen zu verstehen, sondern baut aus dem “Material”, das ihm die Sinne liefern, durch Selektion, Projektion, Bedeutungszuweisung und Sinnggebung seine Welt aktiv auf. Dabei individuell, aber überformt durch soziale und kulturelle Gegebenheiten.
- Offen bleibt dabei die Frage nach Existenz der Wirklichkeit und danach, ob (oder inwieweit) Menschen sie erkennen können
- radikaler Konstruktivismus: Mensch als autopoietisches, selbstreferentielles, in sich geschlossenes System. Weiß immer nur etwas von sich selbst, niemals aber etwas über die Realität außerhalb seiner selbst. Existenz der Wirklichkeit wird zwar nicht geleugnet, aber Menschen hat keine Chance etwas darüber zu erfahren und zu wissen, wie die wirkliche Realität beschaffen ist.

Kommunikationswissenschaftliche Folgerungen:

Wenn die Medien über die Realität berichten, über eine Realität, von der wir angeblich nichts wissen können, was ist denn das, worüber die Medien berichten? Antwort: Medien nicht als technische Einrichtungen, die Botschaften versenden oder Informationen transportieren, sondern als soziale Systeme, die – abhängig von ihren internen Strukturen – Wirklichkeitsentwürfe anbieten. Medienaussagen nicht als Aussagen über die Wirklichkeit, sondern als Angebote oder Modelle, die von autopoietischen Systemen für autopoietischen Systemen konstruiert sind.

Wenn wir von der Wirklichkeit nichts wissen können, entfällt jede Möglichkeit, die in den Medienaussagegezeigte Welt, die "Medienrealität" mit der "wirklichen Wirklichkeit" zu vergleichen, um z.B. Abweichungen zu überprüfen. Antwort: Beide "Wirklichkeiten" sind lediglich menschliche, soziale Konstrukte; Frage nach objektiver Berichterstattung ist von vorneherein sinn- und gegenstandslos.

Wenn der Wirklichkeitsbegriff nicht mehr an Realität gebunden wird, pluralisieren sich automatisch die Wirklichkeitsmodelle und unterscheiden sich nach dem Grad der Richtung ihrer Viabilität, nach der Art ihrer Operationalisierung, nach der Relevanz, die sie für das Problemlösen und Überleben haben.

VII. Kritische Theorien

Gesellschaftspolitische Orientierung, vielfach Bezug auf Frankfurter Schule (Horkheimer, Adorno, Marcuse, Habermas u.a.)

Soziale Beziehungen, also auch (Massen)kommunikation, als Herrschaftsverhältnisse; Strukturen und Prozesse, die nicht mit Vorstellungen von Gleichheit und Demokratie übereinstimmen, also zu kritisieren und verändern sind.

Medien sind Teil der Herrschaftsverhältnisse, beeinflussen und verändern aber auch.

Fragen nach "media ownership and control, the formulation of communication policy, decision making in policy formulation, journalistic values, qualitative analyses of content, the agenda-setting function of the media, the role of the media in the formation of social consciousness, the relationship between the media and other institutions and between the communication process and other social processes, and international communication patterns."

J.D. Halloran: The context of mass communication research. In: E.G. McAnany et al (Hg.): Communication and social structure. New York 1980. S. 31

Wesentliche Grundpositionen

- Analyse der positivistischen Kommunikationsforschung auf politische Implikationen hin, Offenlegung des systemdeckenden und -stabilisierenden Charakters
- Kritik der politischen Ökonomie eines bestehenden Systems als Instrument für die analytische Durchdringung seiner Kommunikationsstruktur
- Massenmedien und Gesellschaft werden aufeinander bezogen und auf Veränderungsmöglichkeiten hin untersucht.
- Das Phänomen "Öffentlichkeit" wird kritisch erforscht
- Bedürfnisse des Bürgers, seine Erfahrungswelt, seine Fähigkeiten, unverbrauchten Reserven an Kreativität und Spontanität werden aufgedeckt und angesprochen.
- Kommunikatoren, Rezipienten und Kommunikationsforschung werden in einen gemeinsamen kommunikativen Zusammenhang gestellt.

Gelingende Kommunikation (Jürgen Habermas)

Kommunikation als "Herbeiführung eines Einverständnisses, welches in der intersubjektiven Gemeinsamkeit des wechselseitigen Verstehens, des geteilten Wissens, des gegenseitigen Vertrauens und des miteinander Übereinstimmens terminiert."

Jürgen Habermas: Was heißt Universalpragmatik?
In: K.O. Apel: Sprachpragmatik und Philosophie. Ffm 1976

Der `gelungene` Sprechakt stellt immer Bezüge zur objektiven Welt (Dinge, Ereignisse, Sachverhalte), zur sozialen Welt (Gesamtheit aller legitim geregelten interpersonalen

Beziehungen) und zur subjektiven Welt (Gesamtheit der privilegiert zugänglichen Erlebnisse des Sprechers) her.

Vergl. Jürgen Habermas: Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt/M 1981

Der verständigungsorientiert Handelnde erhebt vier Geltungsansprüche, deren Verwirklichung das Gelingen des Sprechaktes bestimmen:

1. Verständlichkeit des Ausdrucks (wohlgeformte Sätze)
2. Wahrheit der Aussage (Sprechen über „wahre“ Inhalte)
3. Richtigkeit des Sprechaktes (Äußerung muss im Hinblick auf gesellschaftliche bzw. interindividuell anerkannte Werte und Normen richtig sein, um Akzeptanz beim Hörer zu erreichen)
4. Wahrhaftigkeit der geäußerten subjektiven Erlebnisse (Absicht, sich verständlich zu machen)

Kritik: zu idealistisch, „herrschaftsfreier Diskurs“ ist nur bedingt alltagstauglich oder verallgemeinerbar.

VIII. kognitive Dissonanz

Ausgangspunkt Psychologie der 40er und 50er:

Der Mensch erlebt ein kognitives Ungleichgewicht zwischen verschiedenen Teilen, Aspekten, Bereichen seines kognitiven Erlebens als „dissonant“, störend und beunruhigend; er strebt nach „kognitiver Konsonanz“.

- begegnet Aussagen der Massenmedien nicht als ‘tabula rasa’, sondern mit vorgefassten Meinungen, Einstellungen und Bewertungen.
- tendiert dazu, Dissonanzen zu verhindern und die Dinge passend in die eigene bereits vorhandene kognitive Struktur einzubauen (ggf. passend zu machen).
- viele Medianaussagen kommen gar nicht an, weil Rezipienten Aussagen, die ihnen nicht passen, von vornherein abblocken.
- zu große Dissonanz zu vorhandener kognitiver Struktur kann ins Leere führen oder die Intention ins Gegenteil umkehren (Bumerang-Effekt)

Kritik: Phänomene wie Zweckdenken, Neugier, ethische Prinzipien, religiöse Normen etc. können eher ‘dissonanz-freundlich’ wirken