BEGRIFFE

Logik

Wissenschaft des Denken, die sich mit den allgemeinen, abstrakten Regeln des Erkennens, des Verstehens und des Denkens befasst

Ist gleichzeitig Untersuchungsgegenstand und -methode

Dialektik

unterschiedliche Definitionen. Laut Hegel, Synonym der Logik mit einer inhaltlichen Komponente

wissenschaftliche Diskussion gegenteiliger Meinungen. Logische Methode zur Vermittlung unterschiedlicher Aspekte

Kommunikation

selektiver Austausch von Inhalten und Gefühlen sowohl auf der formalen als auch der inhaltlichen und technischen Ebene.

Massenkommunikation

Verbreitung von Informationen über ein technisches Vermittlungssystem an ein räumlich disperses Publikum. (Bonfadelli)

Sender wirkt unmittelbar auf Empfänger, Empfänger wirkt indirekt auf Sender (Leserbriefe). Seit 21. Jh. Kann auch Empfänger unmittelbar auf Sender wirken (Feedback via Onlinemedien).

Die Bewegung des Denkens

Die Logik ist die einzige Wissenschaft des Denkens bei der die Erkenntnis den Untersuchungsgegenstand verändert (Bsp. ein Stiel fiel bereits vor der Kenntnis des Fallgesetzes) → weil Logik gleichzeitig Untersuchungsgegenstand und -methode ist (jede Erkenntnis über das Denken verändert das Denken als Methode).

KOMMUNIKATIONSEBENEN UND -ARTEN

Ebenen

- Mikroperspektive - Akteurperspektive
  Handlungsseite: Kommunikation einzelner Akteure
  Wirkungsseite: Nutzung, Rezeption und Wirkung

- Mesoperspektive - Organisationsperspektive
  analysiert Kommunikatoren, Prozesse und Inhalte

- Makroperspektive - Gesellschaftsperspektive
  analysiert Medien, Öffentlichkeit und Gesellschaft

Arten

	Live	Auf Distanz zeitgleich	Auf Distanz zeitverschoben
1:1	Zwiegespräch	Telefon, Chat	Brief, e-mail, SMS, MMS
Gruppe	Gespräch, Diskussion	Chat, Telefon-konferenz	Forum, WhatsApp, Twitter, Facebook
1:viele	Referat, Versammlung	Internet-Live-Präsentation	Internet-Site, Artikel, Mailing, Posting, Tweet
wenige: viele	Podium, Theater, Oper, Konzert, Gottesdienst, Messe/Ausstellung, Versammlung, Sportanlass	Radio, TV, Internet-Live-Präsentation	Radio, TV, Kino, Internet-Site, Mailing, Zeitung, Zeitschrift, Buch, Werbeschrift, Ausstel-lung, Datenträger (Ton, Film)

Massenkommunikative Aspekte nehmen mit Grösse der miteinbezogenen Kreise und technischem Standard zu.
Massenkommunion im weiteren Sinn
Massenkommunikation im engeren Sinn

INSTRUMENTE DER KOMMUNIKATION

<u>non- und paraverbale Kommunikation</u>

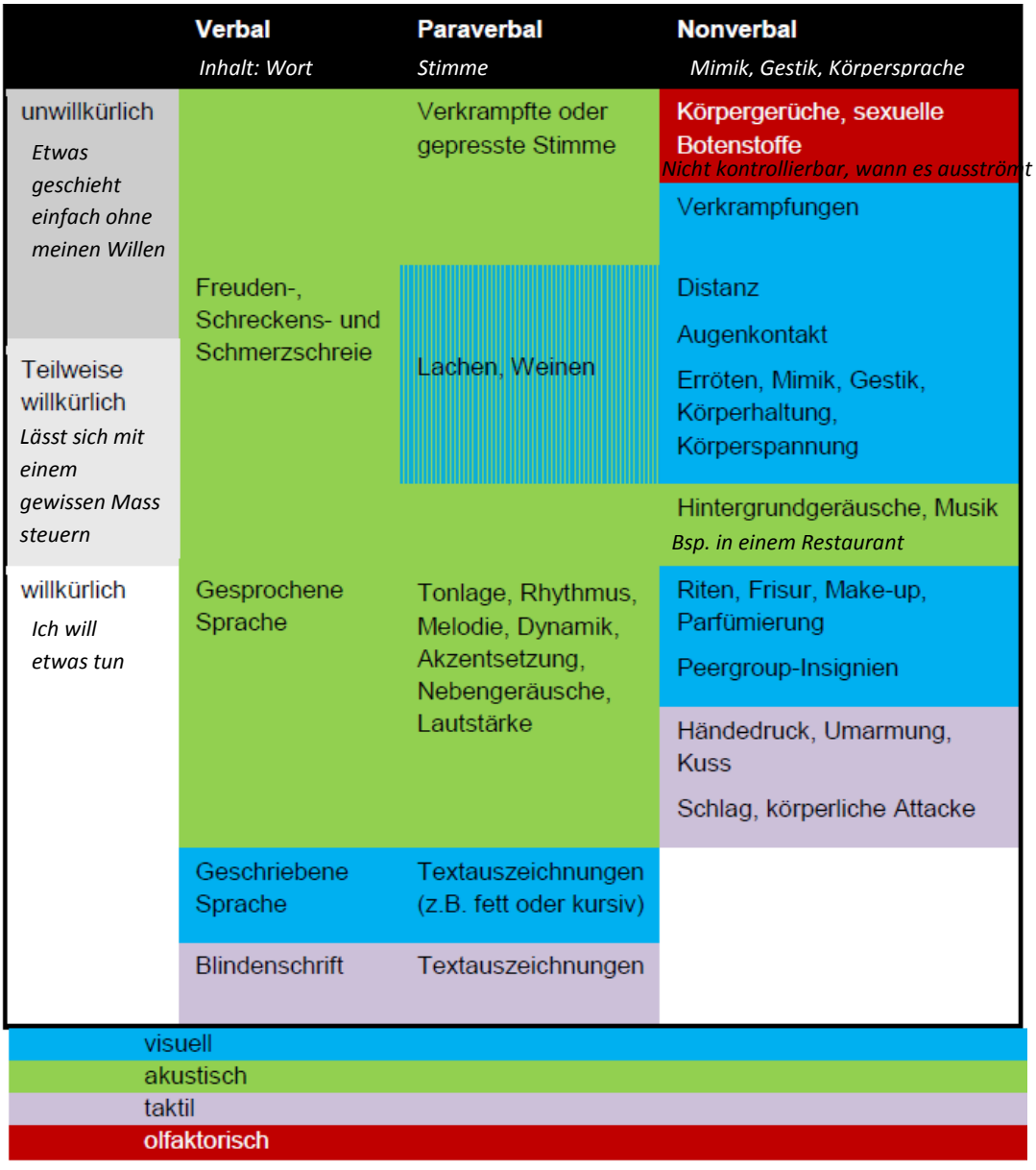
- **verbale** Kommunikation = in Worten formuliert, Inhalt
- **paraverbale** Kommunikation = das Sprechen, die Sprache (Tonlage, Sprechmelodie, Sprechrhythmus, Stimmvolumen, Sprechdynamik, Akzentsetzung)
- **nonverbale** Kommunikation = weder Inhalt noch Sprache und Sprechen; Entstehung willkürlich oder unwillkürlich (Mimik, Gestik, Körpersprache, Körperhaltung, Lächeln, Lachen, Begrüssungsriten, Verbeugung, Händedruck, Küsse, Distanz, Ausstrahlung, Dynamik, Augenkontakt, Kleidung, Frisur, Make-up, Parfumierung, etc)

<u>willkürlich und unwillkürlich</u>

willkürliche Elemente lassen sich mit dem Willen steuern, sofern das entsprechende Bewusstsein vorhanden ist. Schulung zur Steuerung ist in unserer Kultur der Normalfall.

teilweise willkürliche Elemente lassen sich in einem gewissen Mass mit dem Bewusstsein steuern; Erkennung aufgrund von Erziehung, Erfahrung und Schulung

unwillkürliche Elemente lassen sich nicht bewusst steuern und werden teilweise nicht mal bewusst wahrgenommen.



SETTING: DAS UMFELD DER KOMMUNIKATION

Gestaltung des Umfelds für einen kommunikativen Vorgang. Visuelle Medien setzen das Setting bewusst ein, meist geschieht es aber zufällig.

Elemente:

- Wahl des Orts der Handlung
- Symbolik des Orts (Bsp. eine Tagung in einem Seminarhotel am See; Symbolik ist der See)
- Möblierung (Bsp. Farbe der Tische an der HWZ)
- natürliche Kulisse
- Farbwahl (Bsp. grün: beruhigend)
- Akustik
- Hintergrundgeräusche und Musik
- Art und Anordnung der Sitze oder Art des Stehens (geht ein Gespräch schneller vorüber)
- Sitzordnung, bzw. Aufstellung
  (Bsp. Video FDP: schlechtes Setting, weil er nicht geschult wurde)

SELEKTION, KODIFIZIERUNG UND ZENSUR

Selektion: Informationen bündeln, selektionieren und den Zielen entsprechend aufbereiten (Bsp. Ziel ist eine politische Aussage; Argumente von einer Seite werden so verkürzt, dass sie einleuchtend wirken, Argumente der anderen Seiten werden weggelassen, dass sie wenig einleuchten)
→ Selektion von Informationen kann dem Sachverständnis oder dem Verständnis für eine bestimmte Position dienen
→ Selektion kann auch so gestaltet werden, dass nur Wissende einen Satz verstehen und beantworten können

Didaktische Selektion: steigert Verständnis für den Inhalt bei Zuhörern, welche mit der Sache noch wenig vertraut sind

Zensur: wenn Informationen nicht selektioniert werden, mit dem Ziel einseitig, falsch oder gar nicht zu informieren

Selbstzensur: stellt eine Vorwegnahme einer vermuteten Zensur oder Ablehnung durch andere dar

politische Zensur: Unterdrückung von Meinungen

früher Vorzensur; Zensor war befugt Artikel ganz oder teilweise vom Druck auszuschliessen

heute ersetzt Nachzensur die Vorzensur (unerwünschte Beiträge werden sanktioniert)

Kontroverse in modernen westlichen Rechtsstaaten, welche Meinungs- und Religionsfreiheit, sowie Freiheit der Kunst gewähren. Beispielsweise provozieren satirische Beiträge zu religiösen Themen häufig Forderungen nach Zensur von Kreisen, die sich von einem Beitrag betroffen fühlen.

Gesellschaftliche Zensur: Moralisch-kulturelle Verhaltensvorgaben

Je freier die Gesellschaft, desto eher springen Subkulturen normierend ein

z.B.: Begrüssungsriten, Verhalten an Hochzeiten, Begräbnissen, in Kulturbetrieben, Gotteshäusern, beim Essen und Trinken und Schuldzuweisungen beispielsweise bei Krankheiten wie AIDS, Krebs oder Depressionen

Selbstzensur: Was gebe ich preis - was nicht?

Übergang von Selektion und Zensur fliessend

Duden: Aus Angst vor Gefährdung selbst vorgenommene Kontrolle, Überprüfung der eigenen Gedanken, Handlungen, der eigenen Werke, Schriften.

Lauterkeit und Schutz der Privatsphäre

Zensur dient dem Schutz anderen Menschen vor Übergriffen

Lauterkeit: aufrichtiges, faires Verhalten (Bsp. Werbung)

Presserat als Beschwerdeinstanz: gibt für medienethische Fragen Empfehlungen ab

Ombudsstelle SRG: prüft Beschwerden und sucht gemeinsam mit Beschwerdeführern und betreffender Redaktion Lösungen

UBI: unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen, wenn man mit dem Resultat der Ombudsstelle nicht zufrieden ist

Gerichtliche Einschränkungen: Zensur illegaler Inhalte

Je rechtsstaatlicher und unabhängiger eine Gerichtsorganisation ist, desto klarer lassen sich gerichtliche Einschränkungen von politischer Zensur unterscheiden. (Verboten in CH: Publikationen von Kinderpornografie, Rassismus, Verleumdung, üble Nachrede)

Boulevardmedien, die auf Grund ihrer konzeptionell bedingt oft persönlichkeitsverletzenden Berichterstattung mit entsprechenden Klagen rechnen müssen, verfügen über eine sogenannte "Kriegskasse" und sind so gegen allfällige Schadensersatzforderungen gerüstet.

Das codierte Gespräch: Informationen für Insider

Codiertes Gespräch: Absender formuliert eine scheinbar zufällige Aussage so, dass sie nur verstanden wird, wer sie als codierte Aussage wahrnimmt (als Uneingeweihter versteht man den Text aber nicht den Inhalt). Sendet der Empfänger eine codierte Antwort zurück, kann er feststellen, ob die Aussage tatsächlich codiert war - oder nur zufällig so formuliert.

Codierte Gespräche sind in der Diplomatie, aber auch in Politik und Wirtschaft häufig, um abzuklären, wie offen man mit jemandem sprechen kann.

A > B; C	A übermittelt B eine codierte Mitteilung. C nimmt sie nicht wahr.
A < B; C	B übermittelt A eine codierte Antwort. C nimmt sie nicht wahr.
A < B (>) C	B antwortet A auf eine vermeintlich codierte Mitteilung mit einer codierten Antwort, die A nicht versteht, wohl aber C.
A; B < C	C antwortet B codiert, A versteht den Code nicht und verschwindet aus dem Gespräch.

Witz als codierte Information

man verpackt eine ernstgemeinte Aussage/Information sarkastisch in einen Witz.

Sexistische Witze können der Abwehr intimer Gefühle dienen, wenn sich jemand zu sehr davor fürchtet, ohne sich dessen bewusst zu sein.

GESCHICHTE DER KOMMUNIKATION

Je homogener das Erleben der Menschen ist, die sich kennen, desto geringer ist das für den verbalen Austausch erforderliche Vokabular (eine Sippe lebt dominant von der Fischerei, die einzelnen Funktionen sind vielleicht differenziert der technische Erklärungsbedarf aber gering).

Arbeitsteilung ist ein entscheidendes Kriterium für die Ausweitung des Vokabulars. Es steigert den Erklärungsbedarf, da anderen Menschen Tätigkeiten vermittelt werden, welche sie nicht kennen. → es besteht ein Bedürfnis Informationen aufzuschreiben

Schritte auf dem Weg zur Schriftlichkeit waren Zeichnungen, überstiegen die mündliche Möglichkeit von Kommunikation

älteste Schriften vor ca. 5000 – 6000 Jahren → entstanden immer dann wenn eine Kultur der Schriftlichkeit bedurfte

CH um 400, als sich das römische Reich zurück zog → einzige übergeordnete Macht blieb die römische Kirche (wichtigster Machtfaktor).

<u>Massenkommunikation als Herrschaftselement</u>

Athen, Rom in der Antike:

Volksversammlungen als Entscheidungsinstrumente um politische Informationen zu vermitteln

Theater und Sportanlässe

Amphitheater als wichtigstes massenkommunikatives Instrument. Die Botschaft war es, zu vermitteln, dass es anderen Menschen noch übler gehe als ihnen

13./14. Jahrhundert:

Justizwesen für öffentliche Strafen, welche zur Demütigung auf dem Marktplatz bis zur Hinrichtung ausgeführt wurde

Kirche als stärkster Machtfaktor, welche inhaltliche Informationen vermittelte

wichtigstes massenkommunikatives Instrument: Gassengespräche, Hinrichtungen

<u>Auswirkungen des Buchdrucks, Bildung und Zensur</u>

1780 entstand mit der Zürcher Zeitung das erste zugängliche Medium in der Schweiz (unterstand der Zensur)

um 1830 gab es einen Boom an neuen Zeitungen (kam anstelle der früheren Hinrichtungen)
1848 Bundesverfassung

1911 Schweizer Illustrierte mit Bildern → 1. Boulevardmedium

Unterhaltung als massenmedialer Inhalt

Ende 19. Jahrhundert: Musik und Film als unterhaltendes Massenmedium

1930 Erfindung Vinylplatte (mitten in der Wirtschaftskrise)

während 2. WK setzte sich das Radio als Informationsmedium durch
→ 1960 Radio als unterhaltende Funktion

40er/50er Jahre: Fernseh → 1953 Start SRG

1970 Farbfernseher

1983 wirklichen Durchbruch mit dem Kabelfernseher (mehr Sender, bessere Qualität)

1994 Einführung des world wide webs und SMS

2003 Web 2.0 (Social Media mit Feedbackinstrumenten wie Blogs)

Die Entwicklung der Kommunikation hatte mit veränderten Bedürfnissen zu tun

Wichtigste Wendepunkte in der Massenkommunikation

- Zeitung (Liberalisierung, Aufhebung der Zensuren)
- Radio / TV (Unterhaltung mit Musik und Film)
- World Wide Web

Entwicklung im Zusammenhang mit veränderten Bedürfnissen.

Früher:

- römische Antike: Amphitheater
- Spätmittelalter: öffentlicher Vollzug gerichtlicher Sanktionen, Pranger, bestialische Hinrichtungen
- Buchdruck nur für solche die Zugang zur Schrift hatten; diente eher dem Austausch zwischen Diplomaten und zum Festhalten von richterlichen, politischen Beschlüssen

LOGIK DER KOMMUNIKATION (Logik=Wissenschaft des Denkens)

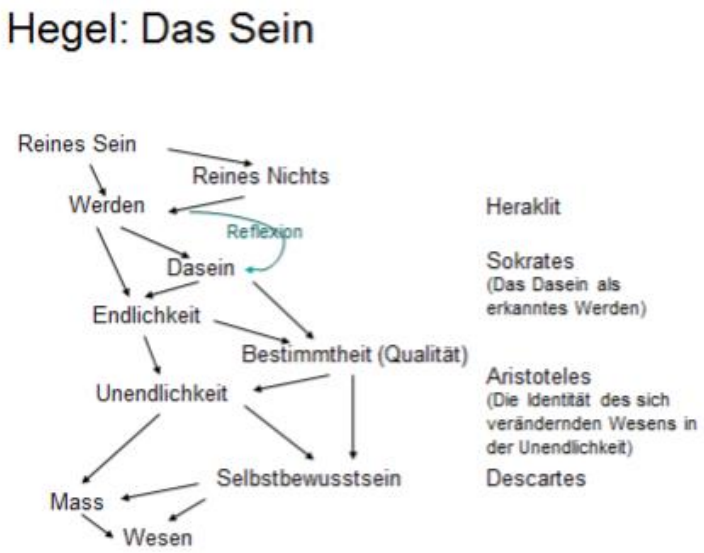
Modell Hegel basiert auf den verschiedenen folgenden Philosophen

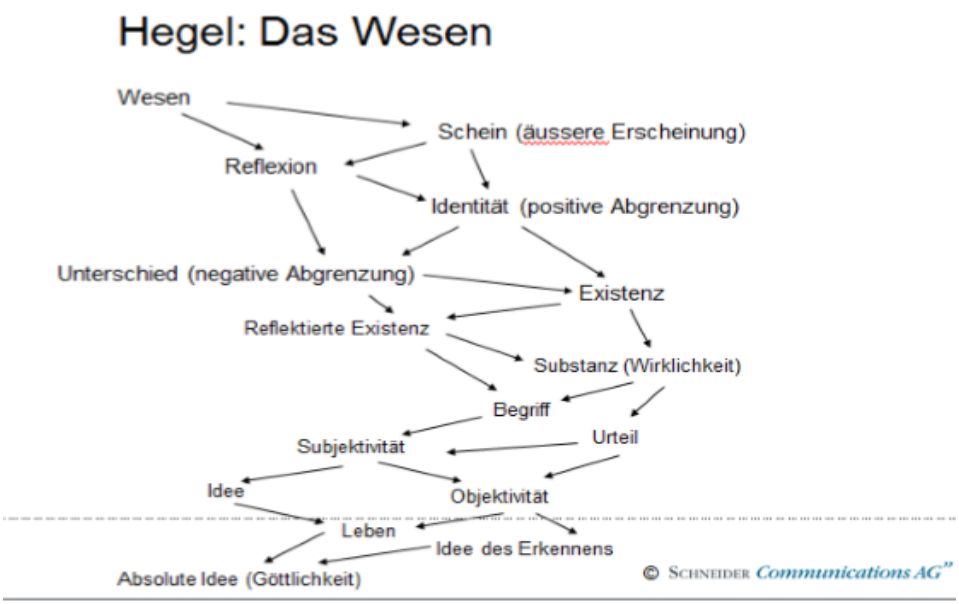
- Pythagoras: das Grundprinzip wird abstrakt
- Heraklit: das Sein besteht aus der Veränderung
- Anaxgoras: der abstrakte Gedanke wird zum Grundprinzip
- Sokrates: das Wahre hängt von der Erkenntnis ab (Relativität der Wahrheit)
- Demokrit: die Antithese zur klassischen Philosophie
- Platon: Philosophie als Wissenschaft des Denkens
- Aristoteles: die Totalität der Philosophie, Philosophie als Lehre des Seins
- Decartes: Ich denke, also bin ich
- Kant: Bewusstsein des Denkens in seiner Subjektivität

<u>Aufbau der Logik Hegels</u>

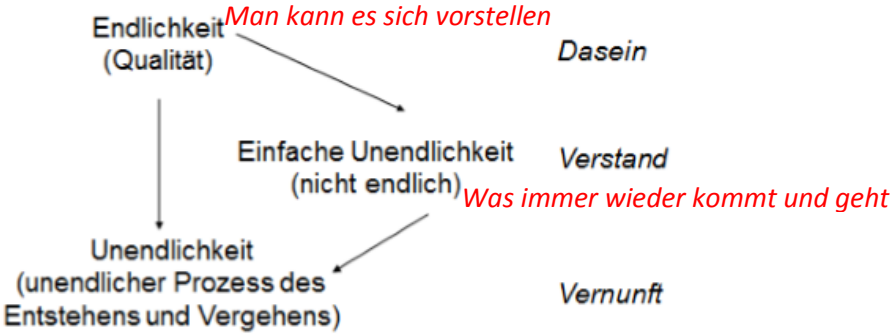
Lehre vom Sein, vom Wesen und vom Begriff

Sein=Nichts, noch ohne Bestimmung und ohne Inhalt. Das Werden vermittelt zwischen Sein und Nichts

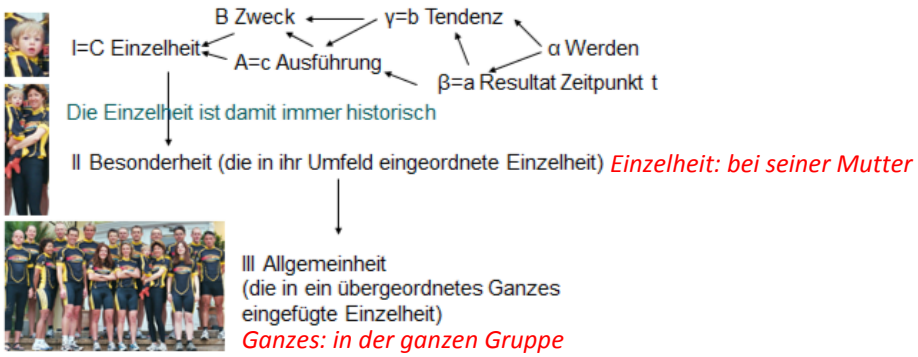




Endlichkeit und Unendlichkeit

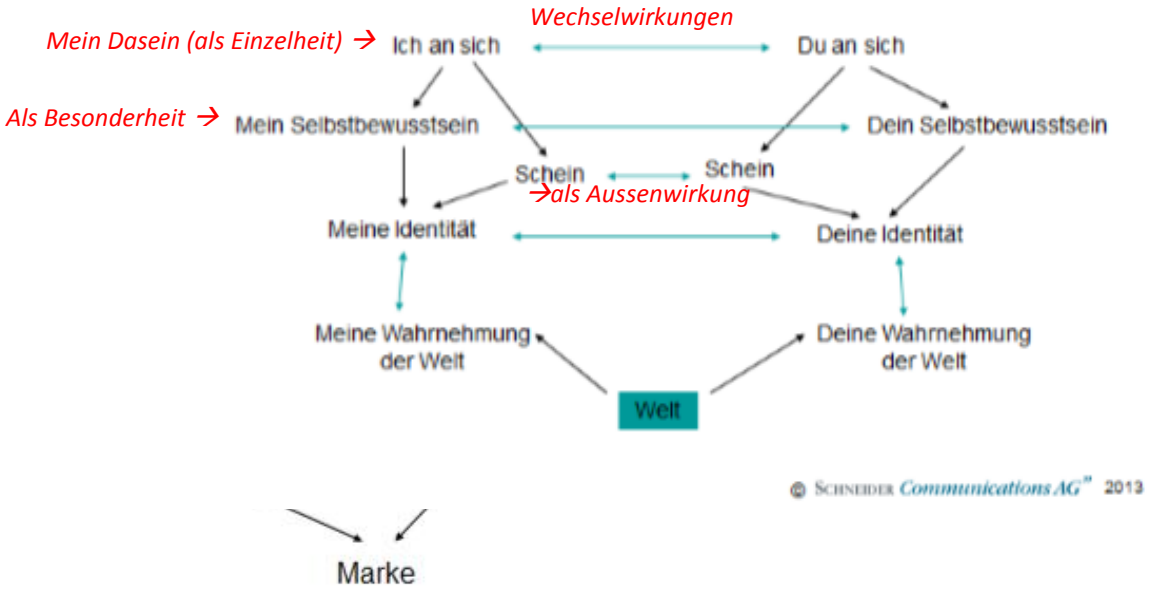


Hegel: Einzelheit, Besonderheit, Allgemeinheit



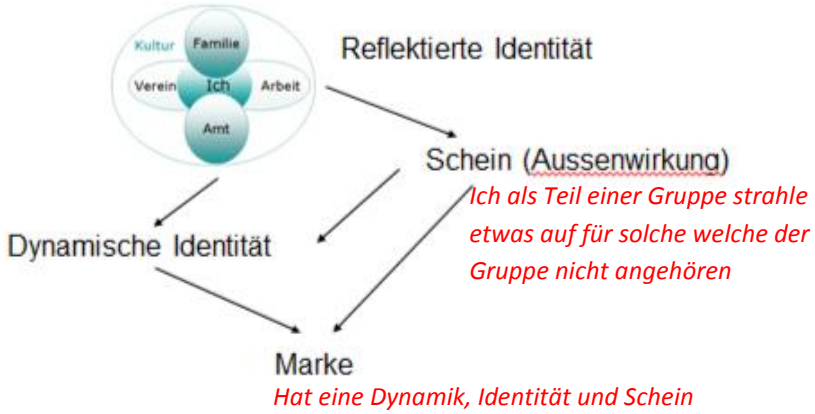
→ ***Einzelheit*** *ordnet sich mit einer* ***Besonderheit*** *in der* ***Allgemeinheit*** *ein*

Die reflektierte Identität des ICH



Marke

Modell: Marke als historische Identität



Bsp. Toblerone: das Bild entwickelt ein Gefühl (Hunger), man kennt das Logo = Identität

Analyse der kommunizierenden Menschen als Teil verschiedener Gruppen, in welchen sie je eine verschiedene Rolle spielen, die sich im Laufe der Zeit entwickelt.
Rolle: Wechselwirkung mit dem Selbstbewusstsein und mit der Aussenwirkung

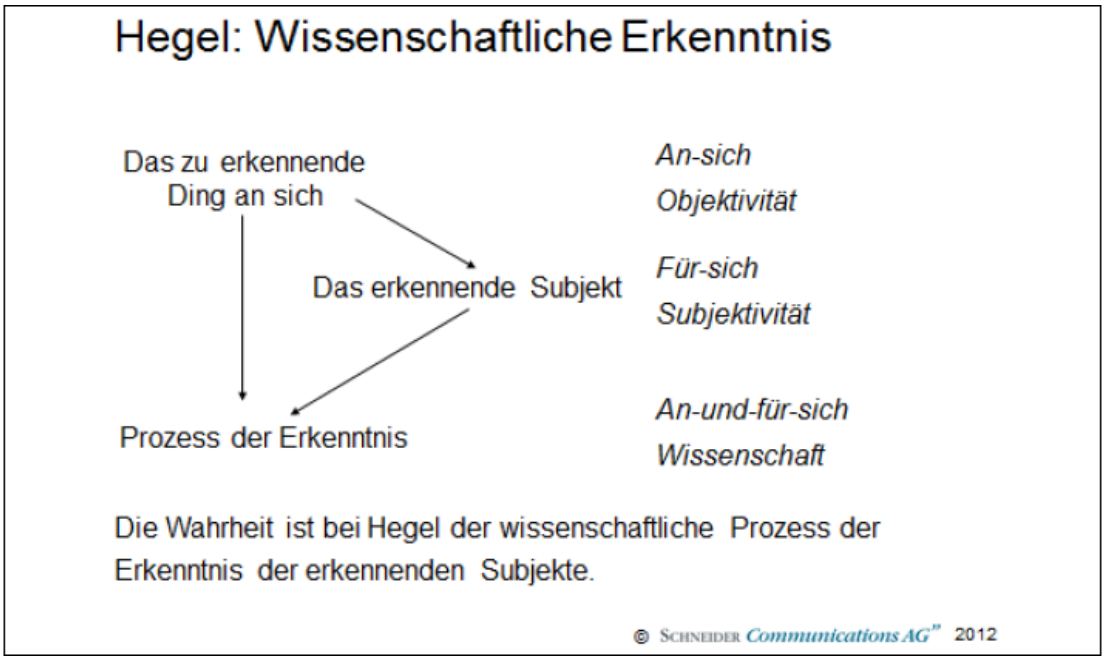
<u>Mensch als Marke</u>

Vermittlung von Selbstbewusstsein und Aussenwirkung, mit der Basis des Prozesses der Entwicklung

Jeder Mensch hat seine individuelle Identität, bestimmt von seinem Dasein.
Wechselwirkung: sein Selbstbewusstsein und sein Schein (Wirkung auf andere) → Identität=Prozess

Marke beinhaltet unveränderliche externe Faktoren (Genetische Voraussetzungen, Land & Zeitpunkt der Geburt, Externe, unbewusste & bewusste Veränderungsprozesse, (Un-) Glücksfälle)

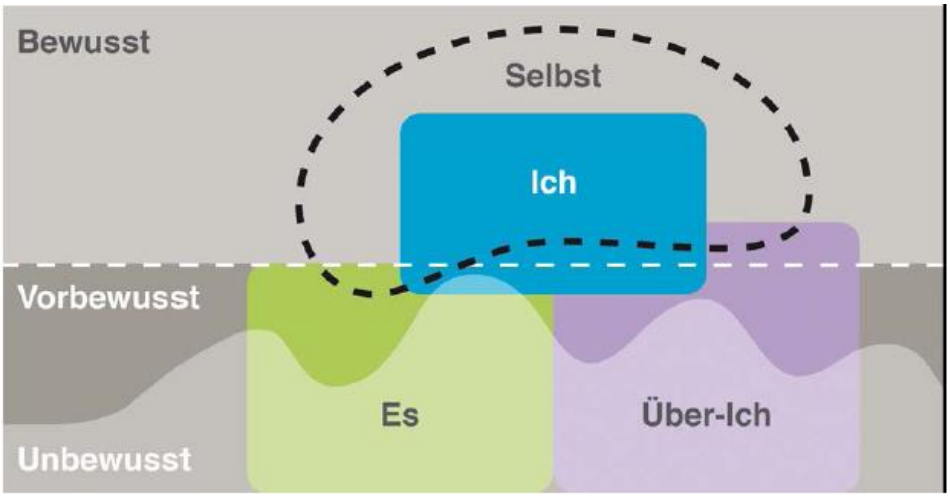
ABER: Assoziationen auslöst, die unter Umständen nichts mit ihm selbst zu tun haben



KOMMUNIKATIONSMODELLE

<u>Drei-Instanzen-Modell / Strukturmodell– Sigmund Freud</u>

Erklärung der menschlichen Seele und der Entwicklung des Individuums (nicht gelöste Konflikte, welche aus dem Unbewussten auftauchen und bearbeitet werden)



Das Bewusste:
- Vorstellungen, Gedanken und Wahrnehmungen
- Möglichkeit gezielt und bewusst einen Faktor zu fokussieren

Das Vorbewusste:
- Inhalte, die nicht sofort abrufbar sind
- Drängen sich durch Träume ins Bewusstsein

Das Unbewusste:
- Bereich der Seele, der dem Bewusstsein nicht zugänglich ist
- Hat Einfluss auf das Denken, Fühlen und Handeln

Das „Es“: (Triebe, animalische Instinkte)
- Auch Triebe oder Grundbedürfnisse (Nahrung, Sex, Zuwendung, etc.)
- Besteht seit der Geburt

Das „Über-Ich“: (gesellschaftliche Normen, Verhaltensregeln)
- Auch „Gewissen“
- Erworbene und verinnerlichte Werte geprägt von Geschichte, Umwelt und Kultur der nahestehenden Personen
- Entstehung der Fähigkeit sich sozial zu verhalten & Triebe des „Es“ zu kontrollieren

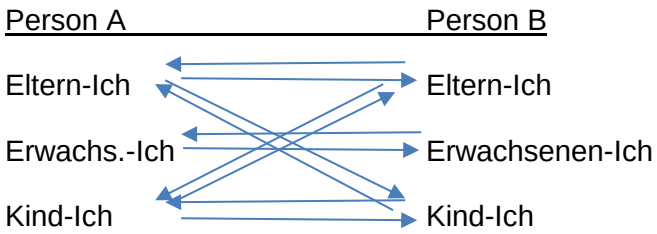
➔ Oft Konflikt zwischen „Es“ und „Über-Ich“
(Über-Ich: Geh endlich joggen, du bist zu dick. Es: keine Lust, das ist anstrengend.

Das „Ich“: (versucht die gegenseitigen Pole „Es“ und „Über-Ich“ zu vereinen)
- Schlichten der Konflikte vom „Es“ und „Über-Ich“ und integriert alle Eindrücke von aussen
- Oft überfordert, da „Es“ & „Über-Ich“ oft unbewusst unser Denken, Fühlen, Handeln mitbestimmen

Das „Selbst“:
- Selbstgespräche (Kommunikation mit sich selbst)
- Verstärkung des „Ich’s“, wie man sich selbst behandelt
- Bestimmt nicht nur die aktuelle Befindlichkeit sondern prägt auf Dauer die Persönlichkeit

Eric Berne

- Transaktionsanalyse
  - ❖ Aktion und Reaktion geprägt von Persönlichkeiten der beteiligten Personen, der aktuellen Befindlichkeit, der Absichten, der Situationen und von ihrer Beziehung
  - ❖ Drei Ich-Zustände:
    - Eltern-Ich, aufgeteilt in ein fürsorgliches und ein kritisches Eltern-Ich (unbewusst)
    - Erwachsenden-Ich, reifes Ich ist seinem selbst (bewusst)
    - Kind-Ich, aufgeteilt in das angepasste (brave), das verspielte (spontane) und das rebellische (trotzige) Kind (unbewusst)



→aus all diesen Ich-Zuständen kann man kommunizieren, agieren und reagieren

  - ❖ Komplementäre Transaktion: A spricht aus Eltern-Ich das Kindheits-Ich von B an. B reagiert entsprechend aus dem Kindheits-Ich. (parallel, reflektiert) → ungestört unendlich fortführbar
  - ❖ Überkreuz-Transaktion: A spricht aus seinem Eltern-Ich das Kindheits-Ich von B an. B reagiert aber aus dem Eltern-Ich. (nicht parallel, unreflektiert) → Kommunikation bricht ab
  - ❖ Doppelbödige Transaktion: A sendet eine Botschaft inkongruent auf verbaler und non-verbaler Ebene. B ist verwirrt – müsste auf die Erwachsenden-Ebene, um zu klären, was wirklich gemeint ist.
  - ❖ Verdeckte Transkation: A sendet offene Botschaft

- Das OK-Modell

1. Sympathie und Akzeptanz. Es befriedigt, sich mit jemandem zu unterhalten, der diese Grundeinstellung hat.
2. Agiert aus dem Eltern-Ich und weckt Widerstand. Erheblich und arrogant.
3. In der Rolle des hilflosen Kindes. Oft nerven solche Menschen die Umgebung, weil sie ständig Lob und Anerkennung brauchen, auf Mitleid pochen und einen entsprechend manipulieren.
4. Negativ gestimmte Menschen, Energievampire, die das Gegenüber auf Dauer in eine depressive Verstimmung ziehen können.

- Drama-Dreieck

    - ❖ Verfolger (Täter)
      Klagt an, macht Vorwürfe, wertet ab, lacht aus, beschuldigt, verletzt, manipuliert durch aggressives verhalten
    - ❖ Opfer
      Gibt sich abhängig und hilflos, macht Schuldbekenntnisse, macht sich klein, übernimmt alle Verantwortung, jammert und klagt, manipuliert mit Opferhaltung
    - ❖ Retter
      Hilft, ohne darum gebeten worden zu sein, tröstet, berät, coacht, manipuliert, ohne sich selbst wirklich drein zu geben

  →Schaffung von Abhängigkeiten dient zur Regelung von Nähe und Distanz & Manipulation

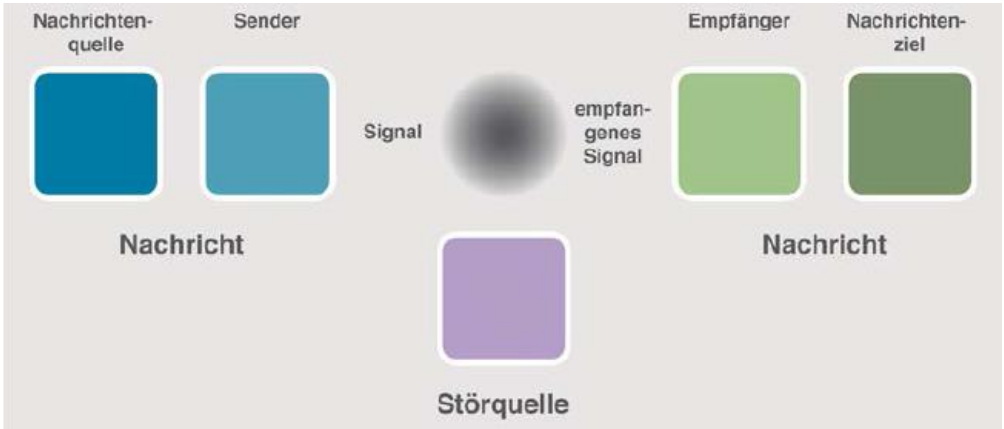
<u>Paul Watzlawick</u>

- Grundannahmen der Kommunikation
    1. Man kann nicht **nicht** kommunizieren!
    2. Jede Kommunikation hat einen Inhaltsaspekt (Sachebene) und Beziehungsaspekt (Kommunikation). Beziehungs- bestimmt den Inhaltsaspekt.
    3. Menschliche Kommunikation ist nicht in Kausalketten auflösbar. „Anfänge“ subjektiv gesetzt, als „Interpunktionen“
    4. Digitale (verbale, relativ logisch und abstrakt) und analoge (nonverbale, direkte und enge Beziehung zu Objekten) Ausdrucksmittel. Analoge Kommunikation birgt Fehlermöglichkeiten, drückt Emotionen aus.
       Meta-Kommunikation: Probleme erst erkennbar und lösbar, wenn Beteiligte die Ebene wechseln
    5. Symmetrische (Streben nach Gleichheit) oder komplementäre (Gefälle in der Beziehung) Kommunikationsabläufe.

- Paradoxon und Lösungen
    - ❖ Es gibt Probleme ohne Lösungen
    - ❖ Manchmal sind die Lösungen das Problem.
    - ❖ Lösungen erster Ordnung (System kann es selbst lösen) und zweiter Ordnung (Einsatz eines externen Beraters).

<u>Technisches Kommunikationsmodell – Shannon & Weaver</u>

Binäres mathematisches Kommunikationsmodell für die US-Army
Technisch-mathematische Grundlage für die Übermittlung von Stimme, Bildern und weiteren Informationen
Grundlage der meisten modernen Massenmedien



Kommunikativer Vorgang benötigt sechs Elemente:

- Informationsquelle
- Verschlüsselung
- Nachricht
- Kanal
- Entschlüsselung
- Empänger
-

Zwischen Sender und Empfänger bestehen Störquellen:

- Technische Probleme: Übertragung der Zeichen
- Semantische Probleme: Übertragenes und Gesendetes gleich?
- Effektivitätsprobleme: Beeinflussung des Verhaltens des Empfängers?

<u>Kommunikationsmodell Virginia Satir</u>

Kommunikation = Massstab zur Messung des Grades des Selbstwertes & Werkzeug zum Ändern des Grades

Bestehend aus:

- Der Möglichkeit, Information zu versenden
- Der Nachricht
- Dem Gebrauch der Nachricht
- Der Bedeutung, die der Nachricht beigemessen wird

Vier Kommunikationsmuster:

- Beschwichtigen → Harmonie und Verständnis herstellen
  Versuch zur Herstellung von gegenseitigem Verständnis und Harmonie. Der Beschwichtiger ist in Kontakt mit allen anderen Teilen des Systems.
  Beschwichtiger: „Ich mache immer alles falsch!“
  Gefühl dahinter: „Nur wenn ich alle glücklich mache, lieben sie mich!“

- Anklagen
  Der Ankläger hat den Überblick über die Situation und zeigt auf den aktuellen Konfliktträger.
  Ankläger: „Du machst alles falsch!“
  Gefühl dahinter: „Niemand kümmert sich um mich. Nur wenn ich herum brülle, werde ich wahrgenommen!“

- Rationalisieren → Emotionen auf Metaebene bringen
  Der Rationalisierer versucht, das emotionale Geschehen auf eine Metaebene zu heben, um so Zugang zu logischen Lösungen zu schaffen.
  Rationalisierer: „Ich denke, also bin ich!“ (Descartes)
  Gefühl dahinter: „Die Leute nehmen mich wahr, wenn sie merken, wie klug ich bin.“

- Ablenken
  Der Ablenker ist der Symptomträger des Systems, der postuliert, dass darin etwas nicht stimmt
  Ablenker: „Nicht ich bin das Problem, aber in diesem System ist nichts anderes möglich.“
  Gefühl dahinter: „Wenn ich mich genügend extrem aufführe, erhalte ich die gewünschte Aufmerksamkeit!“

- Kongruent
  Verbale, nonverbale und paraverbale Teile passen zusammen

Schulz von Thun

- Vier Ohren Modell
  „Jede meiner Äusserungen enthält, ob ich will oder nicht, vier Botschaften gleichzeitig!“

  - Sachinformation (worüber ich informiere)
  - Selbstkundgabe (was ich von mir zu erkennen gebe)
  - Beziehungshinweis (was ich von dir halte und wie ich zu dir stehe)
  - Apell (was ich bei dir erreichen möchte)

- Kommunikationsstile
  - **Der bedürftig-abhängige Stil**
    Zielsetzung: Dem Gegenüber das Gefühl geben, es sei stark.
    Stärke: Kann Hilfe annehmen.
    Kombination mit dem helfenden oder distanzierenden Stil.
    Problematik: Bei Zurückweisung (distanzierender Stil) immer stärker bettelnd. Schwächt das Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl.
    Entwicklungsrichtung: Übernehmen von Selbstverantwortung, wenn erkannt wird, dass sich Prozesse aktiv gestalten lassen und man gezielt um Hilfe bitten kann, ohne hilflos zu sein.

  - **Der helfende Stil**
    Zielsetzung: Vermitteln des Eindrucks, stark zu sein.
    Stärke: Kann helfen
    Kombination mit dem bedürftig-abhängigen Stil.
    Problematik:Verunsichert andere tendenziell, damit sie sich von seiner Hilfe abhängig fühlen
    Entwicklungsrichtung: Selbstvertrauen ist vorhanden, wichtig ist, eigene Schwächen, eigene Bedürftigkeit zu erkennen und in einem zweiten Schritt, bei Bedarf um Hilfe zu bitten.

  - **Der Selbstlose Stil → er kann nicht „Ich“ sagen**
    Zielsetzung: Richtet sich ständig nach dem Gegenüber, um nicht abgelehnt zu werden.
    Stärke: Fähigkeit zur Hingabe
    Kombination mit dem aggressiv-wertenden oder dem mitteilungsfreudig-dramatisierenden Stil.
    Problematik: Er ist versucht, Lasten anderer zu übernehmen, wodurch er immer stärker belastet wird.
    Entwicklungsrichtung: Lernen, „ich“ und „nein“ zu sagen.
    Bsp. Hitler hatte Millionen von selbstlosen Anhängern.

  - **Der aggressiv-entwertende Stil**
    Zielsetzung: Sich über andere Menschen zu erheben, aus Angst, sich mit seinem Minderwertigkeitsgefühl auseinandersetzen zu müssen.
    Stärke: Kann kritische Dinge beim Namen nennen und sich Respekt verschaffen.
    Kombination mit dem aggressiv-wertenden und selbstlosen Stil.
    Problematik: Mit Beleidigungen, allenfalls auch Tätlichkeiten, lassen sich keine Probleme lösen.
    Entwicklungsrichtung: Lernen, andere Menschen zu respektieren, oft durch Aufarbeitung traumatischer Erinnerungen aus der Kindheit.

- **Der sich beweisende Stil → kann sich spielerisch durchsetzen (vorall. Einzelsport)**
  Zielsetzung: Versucht, sich ins rechte Licht zu rücken und seine Fassade zu wahren, um Lob und Anerkennung zu erhalten.
  Stärke: Kenntnis der eigenen Kompetenzen, keine Angst vor Konkurrenzsituationen.
  Kombination mit dem sich beweisenden Stil.
  Problematik: Der ständig erhöhte Leistungsdruck führt zu einer permanenten Überforderung.
  Entwicklungsrichtung: Lernen, auch Schwächen zu zeigen.
  Bsp. Federer (Spitzensportler) wenn er verliert und trotzdem dem Gegner gratuliert

- **Der bestimmende-kontrollierende Stil**
  Zielsetzung: Versucht, andere zu kontrollieren und zu manipulieren, um sich vor Kontrollverlust zu schützen.
  Stärke: Struktur, Selbstkontrolle, Klarheit und Verlässlichkeit
  Kombination mit dem bedürftig abhängigen oder selbstlosen Stil.
  Problematik: Tendenz zur Hierarchisierung der Kommunikation. Rebbellion führt zu Autoritätskonflikten.
  Entwicklungsrichtung: Entwickeln von Vertrauen, Mut zu Flexibilität und Offenheit.
  Bsp. wenn man sich selbstlos den Patriarchen (bestimmende) unterordnet, hat an kein Problem

- **Der sich distanzierende Stil**
  Zielsetzung: Versucht, Sicherheitsabstand zu anderen Menschen zu schaffen und wahren, sowohl räumlich als auch emotional.
  Stärke: Fähigkeit zu zwischenmenschlicher Distanz.
  Kombination mit dem sich distanzierenden oder mitteilungsfreudig-dramatisierenden Stil.
  Problematik: Wird oft als arrogant und abweisend empfunden.
  Entwicklungsrichtung: Zulassen von Empfindungen, sich einlassen auf andere Menschen.

- **Der mitteilungsfreudig-dramatisierende Stil (Komplementär Stil)**
  Zielsetzung: Sucht den Mittelpunkt im Gespräch, erzählt viel von sich, ohne sein Inneres wirklich preis zu geben.
  Stärke: Witz und Charme
  Kombination mit dem sich distanzierenden oder selbstlosen Stil.
  Problematik: Instrumentalisiert seine Interaktionspartner als austauschbare Zuhörer.
  Entwicklungsrichtung: Entwickeln von Interesse an seinen Interaktionspartnern, Fähigkeit erlernen, sich im richtigen Moment zurückzuhalten.
  Bsp. Seite 1 Blick: Blick Girl

LINGUISTIK

Befasst sich mit Sprache in all ihren Erscheinungsformen

Vertiefung der theoretischen Linguistik

<u>Semiotik</u>

Lehre der Zeichen, System von Zeichen, Beziehungen zwischen Zeichen, verschiedene Funktionen der Zeichen

- Die verschiedenen Erscheinungsformen von Zeichen
  - ❖ Akustisch (Gehör); visuell (Auge); taktil (Tastsinn); olfaktorisch (Geruchssinn)
  - ❖ Verbal, para- oder nonverbal

➔ Welche Eigenschaften müssen sprachliche Zeichen haben, damit man mit ihnen kommunizieren kann?

- Die Beziehung „Zeichen – Gegenstand“
  - ❖ **Symbol**: Das Symbol hat mit dem Sachverhalt **nichts gemeinsam**, alles was man gelernt hat und nicht einfach so weiss
    Bsp. „WC“ als Symbol für Toiletten; „i“ als Symbol für Auskunft

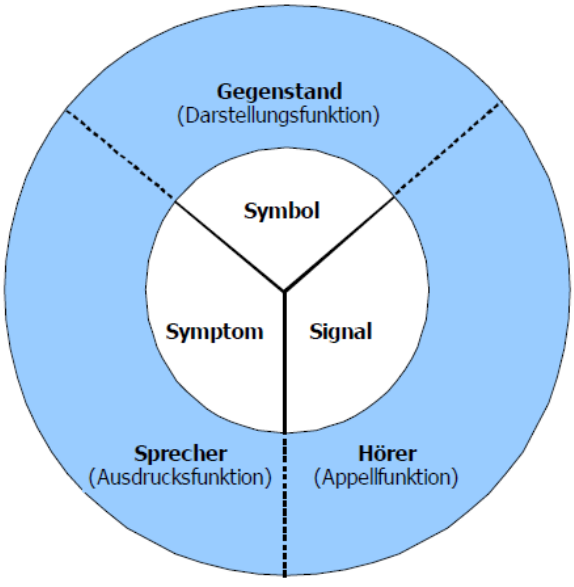
  - ❖ **Ikon**: Das Ikon und der Sachverhalt haben eine **formale Ähnlichkeit,** ich sehe was gemeint ist
    Bsp. „Schere und Kamm“ als Ikon für ein Friseur; „Messer und Gabel“ als ein Ikon für ein Restaurant

  - ❖ **Index**: Das Zeichen und der Sachverhalt stehen in einem **Kausalverhältnis**, es ist eine Folge eines verursachenden anderen Sachverhaltes
    Bsp. Rauch ist ein Zeichen für Feuer (Ursache)

- Organon-Modell von Karl Bühler

  Je nach Beziehung zwischen Zeichen und Sprecher, Hörer sowie Gegenstand unterscheidet er drei Funktionen/Aspekte: Bsp. Jemand sagt: Es zieht!

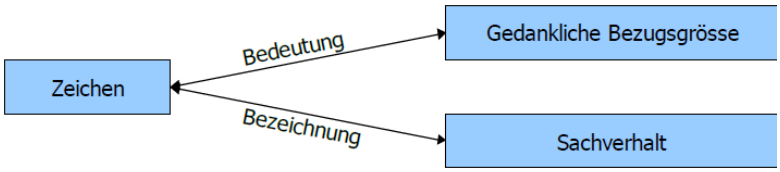
  1. Darstellungsfunkion → Symbol: „es zieht“ = es zieht (Beziehung: Zeichen – Gegenstand)
  2. Ausdrucksfunktion → Symptom: „es zieht“ = mir ist kalt (Beziehung: Zeichen – Sprecher)
  3. Appellfunktion → Signal: „es zieht“ = Schliess endlich das Fenster (Beziehung: Zeichen – Hörer)



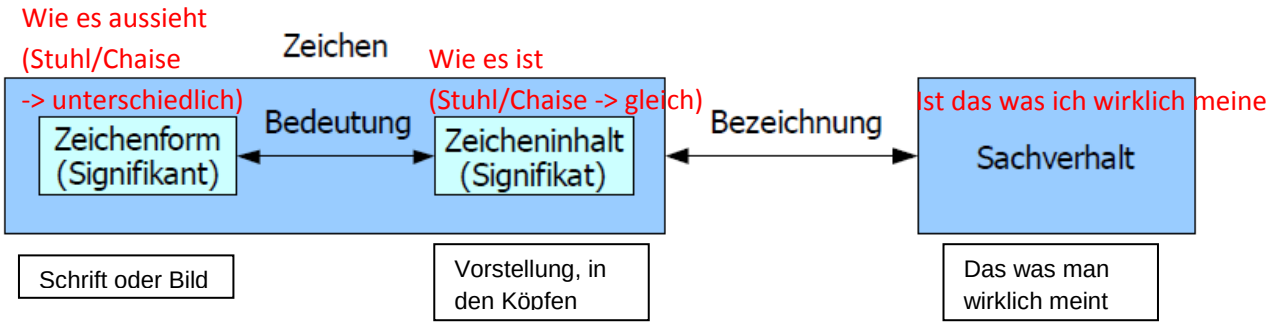
→ähnlich wie Schult von Thun: 4 Ohren Modell:

- Selbstoffenbarung = Symptom
- Appell = Signal
- Sachaspekt = Symbol
- Beziehung = x

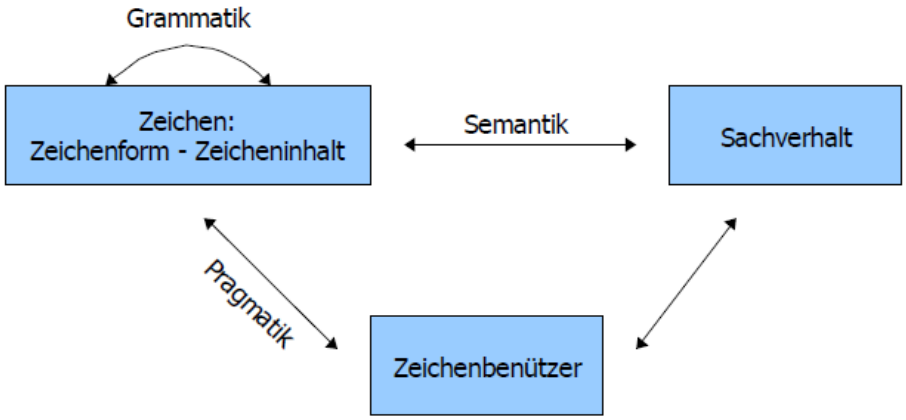
- Das semiotische Dreieck
  - ❖ erster Schritt des Zeichenmodells
    Zeichen wecken eine bestimmte „Vorstellung“ von einem Sachverhalt
    Nicht jeder stellt sich das gleiche vor, dennoch gibt es einen Kernbereich der Vorstellung



  - ❖ zweiter Schritt des Zeichenmodells
    Ohne Inhalt bleiben Zeichen aber sinnlose grafische Formen, und ohne formalen Ausdruck kann eine gedankliche Grösse nicht mitgeteilt werden.
    Zeicheninhalt und –form eng aufeinander bezogen (abhängig), ABER die Beziehung zwischen ihnen völlig willkürlich.
    „arbiträr“: willkürlich/beliebig, keinen zwangskräftigen Zusammenhang zwischen Artikulation und Inhalt.
    Bsp.: Bild eines Baums vs. Das Wort Baum → beides Zeichenformen (Bildlich und sprachlich), der Zeicheninhalt ist bei beiden das Gleich



  - ❖ dritter Schritt des Zeichenmodells → Das semiotische Dreieck
    Hinzufügen des Zeichenbenützers bzw. Interpreten



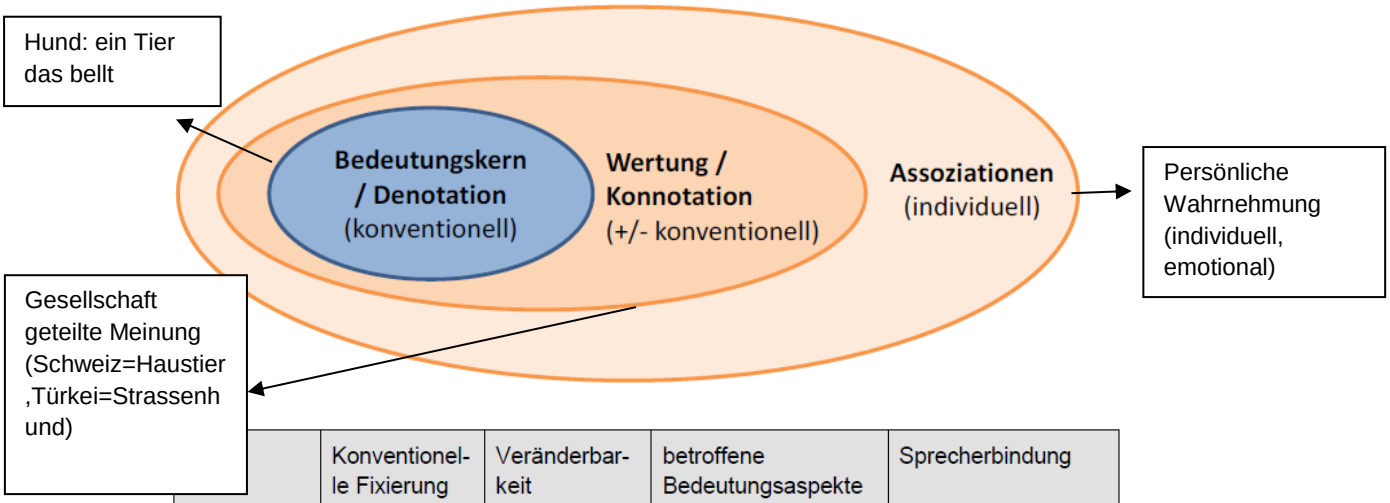
Im Dreieck werden die 3 grundlegenden Relationen der Linguistik sichtbar:

- Relation Zeichen – Sachverhalt (semantische Relation)
- Relation Zeichen – Zeichen (grammatische Relation)
- Relation Zeichen – Zeichenbenützer (pragmatische Relation)

Semantik

Beziehung zwischen der Form und dem Inhalt von Zeichen, erlernen von sprachlicher Bedeutung, Relativität und sprachliche Mehrdeutigkeit

- Das Lernen von Bedeutungen – konventionelle und individuelle Komponenten



	Konventionel-le Fixierung	Veränderbar-keit	betroffene Bedeutungsaspekte	Sprecherbindung
Denotation Konventionel (fix)	stark	kaum veränderbar	Bedeutungskern	verbindlich für alle Sprecher einer Sprachgemeinschaft
Konnotation +/- Konventionel	ziemlich stark	schwach veränderbar	zusätzliche, häufig wertende Bedeutungsaspekte	Oft nur von bestimmten Sprechergruppen benützt
Assoziatio-nen individuell	schwach	veränderbar	Bedeutungsnuancen; emotionale Komponenten	individuell

- Die Zeichenbedeutung als Summe semantischer Merkmale

❖ Minimalpaaranalyse: beudeutungsmässigen Unterschiede zweier Wörter in einem gleich bleibenden Kontext → die *Frau* ist ein Lebewesen – der *Mann* ist ein Lebewesen

→Antonyme: Zwei Ausdrücke, die sich nur in einer Dimension unterscheiden.
(die Frau ist ein Lebewesen – der Mann ist ein Lebewesen)

→Synonyme: Ausdrücke, die in ihren zentralen Bedeutungsdimensionen übereinstimmen
(die Frau ist ein Lebewesen – die Dame ist ein Lebewesen)

→Hyponomie: Das Eine ist die Teilmenge des Anderen.
(die Frau ist ein Lebewesen – der Mensch ist ein Lebewesen)

→Inkompatibilität: Ausdrücke, die in den zentralen Bedeutungsdimensionen keinerlei Gemeinsamkeiten haben. (die Frau ist ein Lebewesen – die Koproduktion ist ein Lebewesen)

❖ Komponentenanalyse: die Bedeutung eines Wortes ist die Summe der Merkmale, die es von den andern Wörtern unterscheidet.

Bedeutungsraster:

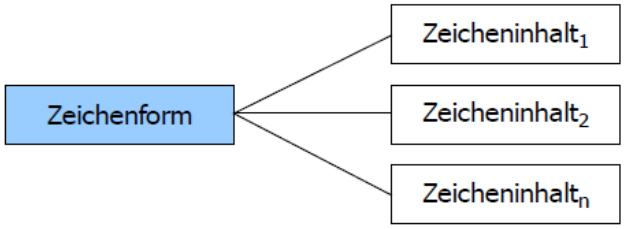
Zeichen Merkmal	Frau	Mann	Dame	Mensch	Mädchen	Stute	Koproduktion
[menschlich]	+	+	+	+	+	-	-
[weiblich]	+	-	+	0	+	+	-
[männlich]	-	+	-	0	-	-	-
[erwachsen]	+	+	+	0	-	+	-

→Bedeutungseinheiten = semantische Merkmale = Seme
→Verbindung von Semem und sprachlichem Ausdruck = Lexem

- Wort- und Textsemantik

Asymmetrien dort, wo Zeichenform und –inhalt nicht eindeutig aufeinander bezogen sind
Drei Typen:

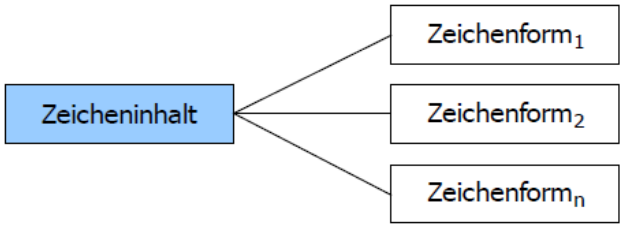
❖ **Homonymie**: 2 oder mehr Wörter haben die gleiche Zeichenform, aber verschiedenen Zeicheninhalte (Bsp. Schloss)



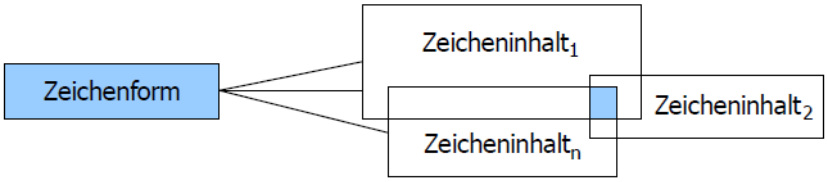
a) Homophonie: gleiche Aussprache, unterschiedliche Schreibweise und Bedeutung
Bsp.: Mohr/Moor → homophone Homonyme

b) Homographie: gleiche Schreibweise, unterschiedlich in Klang und Bedeutung
Bsp.: modern=neuzeitlich/modern=faulen → homophone homographe Homonyme

❖ **Synonymie**: gleicher Inhalt, unterschiedliche Form
Bsp.: Christbaum/Weihnachtsbaum



❖ **Polysemie**: mehrere untereinander verwandte Inhalte
Bsp.: Der Fuss=Teil des Menschen / unterster Teil eines Berges



Pragmatik

Beziehung zwischen Sprache und Sprachbenützer, Einbettung von Sprache in einem kommunikativen Zusammenhang, Sprechen als eine Form des sozialen Handelns

- Die situative Einbettung sprachlicher Kommunikation
  Sprachverhalten wird durch verschiedene Gegebenheiten beeinflusst.
  „Situation" ist etwas Persönliches, Subjektives, das einem ständigen Wandel unterliegt
  Regeln und Konventionen erleichtern uns die Umweltorientierung und –interpretation
  Differenzierung von „Situation":

  - **Real-aktuelle Situation**: Wahrnehmung und Interpretation des unmittelbaren Umfelds
    - Zeitliche Faktoren: Zeitpunkt, Zeitdauer, Epoche
    - Räumliche Faktoren: Setting (geografisch, soziale Plazierung, räumliche Distanz)
    - Standardisierung: Vorlesung, Bewerbungsgespräch, Behörden, etc; Formalität und Grad der Öffentlichkeit

  - **Individuell-erfahrungsmässige Situation:** Faktoren, die dem Wissen und der Erfahrung der einzelnen Person zuzurechnen sind
    - Normen: bestätigte, veränderte Erfahrungen sollen die Funktion haben das Verhalten zu steuern;
      Kodifizierte Normen → verbindliche öffentliche Formulierungen (Duden);
      Nicht kodifizierte Normen → nicht öffentlich formuliert, verschiedene situationsspezifische sprachliche Umgangsformen resultierend aus Rang- und Rollenverhältnis.
    - Erfahrungen: früher gesammelte gemeinsame Erfahrungen der Kommunikationspartner, erste Erfahrungen werden das Verhalten in ähnlichen Situationen wesentlich prägen

  →nicht alle auf gleiche Weise und gleich gut zugänglich

- Die Partnerbezogenheit von Kommunikation
  Kommunikation ist immer partnerbezogen. Institutionell festgelegte und interaktionell gebildete Rollen prägen unser kommunikatives Handeln, aber auch die jeweilige Kommunikationskonstellation und Kommunikationsform, die momentane Adressierung und der Bekanntheitsgrad der Kommunizierenden untereinander. Subjektive Verfassung sowie die Einstellung zum Partner wirken sich ebenfalls aus. Kommunikation ist stehts von Absichten gesteuert und von Erwartungen begleitet; linguistische und kommunikative Kompetenz bilden die Ausgangslage kommunikativen Handelns und nehmen je nach geografischer Herkunft, sozialer Schicht- bsw. Gruppenzugehörigkeit der Kommunizierenden typische Formen an.

MEDIENPSYCHOLOGIE

Teildisziplin der Psychologie sowie der Medien- und Kommunikationswissenschaften
Aufgabe: Beschreibung, Analyse, Erklärung und Prognose der Mediennutzunf und Medienwirkung

<u>Medienlandschaft Schweiz</u>

Dominanz der öffentlich-rechtlichen Schweizerischen Radio und Fernsehgesellschaft SRG-SSR
Grund: Viersprachigkeit der Schweiz; Umverteilung von Konzessionsgebühren

	Print	Electronic
Service Public -öffentlicher Dienst -Medium mit offiziellen Mitteilungen, nicht emotional	Amtliche Publikationsorgane	SRG-SSR mit Radio, TV und begleitendem Internet Für Privatsender nicht möglich oder ohne Werbung / man deckt die 4 Landessprachen ab
Grossverlage -Ringier (expandier ins Ausl.) -NZZ (Wirtsch./Politik) / Tamedia (nur in CH) -AZ Medien (Regionalität, Fachkenntnis)	Alle Formen von Printmedien	Kommerzielle Radio- und TV-Stationen, Internet-Plattformen
Kleinverlage	v.a. Regional- und Fachpresse	Kommerzielle Radio- und TV-Stationen, Internet-Plattformen
Presseagenturen	SDA/ATS (Schweiz), AP (USA), AFP (Frankreich), dpa (Deutschland), Reuters (GB), ITAR-TASS (Russland), Keystone (Bilder)	

- Phasen der Entwicklung (muss man nicht genau wissen – steht bereits in „Geschichte der Kommunikation“)
  - ❖ Top-Down-Kommunikation in der Frühen Neuzeit
  - ❖ Zensurierte Presse
  - ❖ Aufbau der Meinungs- und Regionalpresse
  - ❖ Anfänge der Unterhaltung als wesentlicher Medieninhalt
  - ❖ Zeit der Weltkriege
  - ❖ Zeit der elektronischen Monopole
  - ❖ Umbruchzeit um 1980
  - ❖ Konzentration in der Medienvielfalt
  - ❖ Digitalisierung und Mobilisierung

- Private Verlagshäuser
  Konzentration der Printmedien auf wenige Verlage bei schrumpfendem Gesamtvolumen (Ringier, Tamedia, NZZ Gruppe, AZ Medien Gruppe, Basler Zeitung Medien Südostschweiz Mediengruppe)

- Elektronische Medien
  Nach wie vor dominant im Besitz der SRG
  →entspricht nicht den Bedürfnissen der Branche nach Wachsum

- Bücher
  Möglichkeit über das Internet Inhalte kostenlos zu beziehen, setzt der Buchbranche zu
  Konzentration auf immer weniger Verlage