

Zusammenfassung zu „Theorie und Modelle der Massenkommunikation“

Modellpluralismus!

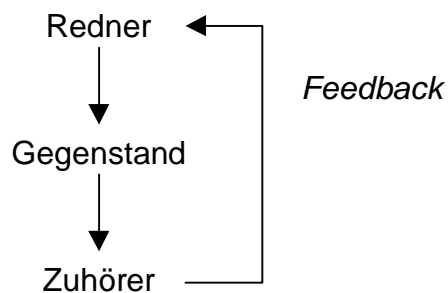
Rhetorik-orientiertes Modell

z.B. Lasswell (1948),
Maletzke (1963),
Prakke (1968)

Theorie der „Einbahnstraße“ (Prakke)

Lasswell-Formel: „Who says what in which channel to whom with what effect“

Grundlage: Rhetorik-Modell nach Aristoteles:



Grundstruktur rhetorik-orientierter Modelle:



dabei: K: Kommunikator

A: Aussage

M: Massenmedium

R: Rezipient

Beginn beim Kommunikator: Fehler 1. Ordnung.

Feedback ist hier nicht die Antwort der Rezipienten, sondern nur die Anpassung der Ansprachen an die Rezipienten.

Weiterentwicklungen:

- Zwei-Partner-Muster: „Publizistik ist Zwiegespräch“ (Prakke)
- funktionalistische Perspektive:

„Was machen die Medien mit den Menschen“



„Was machen die Menschen mit den Medien?“

Modell ist anwendbar auf:

- Propaganda
- Werbung
- Kommentare, Kritiken

jedoch nicht anwendbar auf:

- simple Nachricht

Ereignis-orientiertes Modell

z.B. *Westley/MacLean* (1957),
 Ronneberger (1973),
 Kepplinger (1990)

Basiert auf ABX-Modell!

Struktur: X-Bereich (Ereignis)
 A-Bereich (Partner A)
 Zwischen-Bereich (Aussage, Medium, Kanal)
 B-Bereich (Partner B)

Kritikpunkt: wie werden Ereignisse wahrgenommen?

Vermittlungs-orientiertes Modell

z.B. *Groth* (1960),
 Herrlitz (1973),
 Wagner (1978)

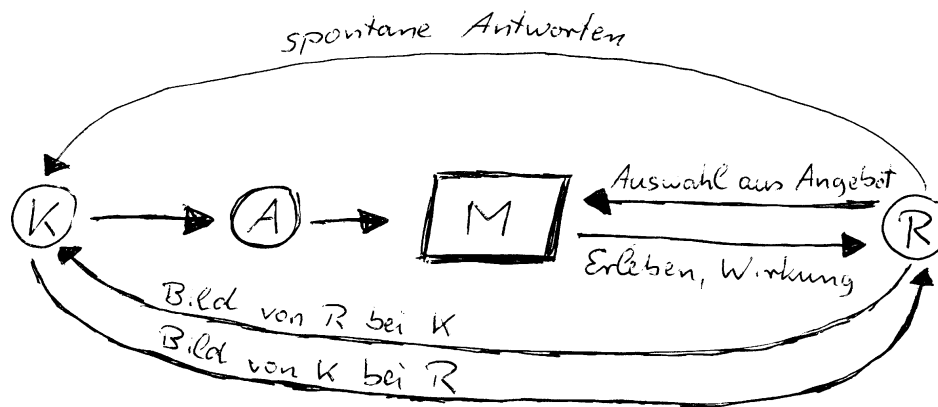
Struktur: K-Rolle Ursprung (Sprecher, Ausgangspartner)
 Vermittlungsvorgabe (Mitteilung)
 aktive Vermittlungsrolle (Sender)
 Medium
 passive Vermittlungsrolle (Empfänger, Rezipient)
 K-Rolle Ziel (Zielpartner)

unterschiedliche Zugänge:

- sprachtheoretisch
orientiert am Organon-Modell von Platon.
Kainz (1967),
Bühler (1978): „Prinzip der abstraktiven Relevanz“
- kommunikationstheoretisch
Zweistufiger Vermittlungsprozess:
Transfer (Vermittlung)
und
Transmission (Wahrnehmung)
- informationstheoretisch
Trennung von Vermittlungs- und Kommunikationsprozess
- dialog-philosophisch, phänomenologisch
Dialog muss oft vermittelt werden, um die Distanzen zwischen den Gesprächspartnern zu überbrücken.
- kommunikationsgeschichtlich (?)

Aussagen von Maletzke

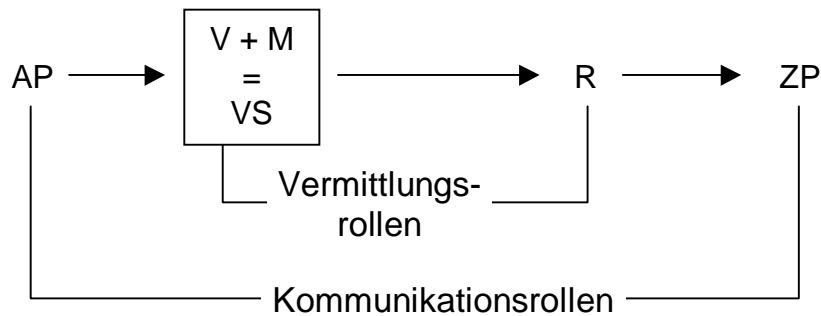
- Zuordnung zur Sozialpsychologie.
- Kommunikationsarten:
 - direkte und indirekte Kommunikation
 - gegenseitige und einseitige Kommunikation
 - private und öffentliche Kommunikation
- Massenkommunikation: „Aussagen werden öffentlich durch technische Verbreitungsmittel (Medien) indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt“.
- Feldschema der Massenkommunikation:



Analyse des Vermittlungsprozesses (v.a. Wagner, Groth)

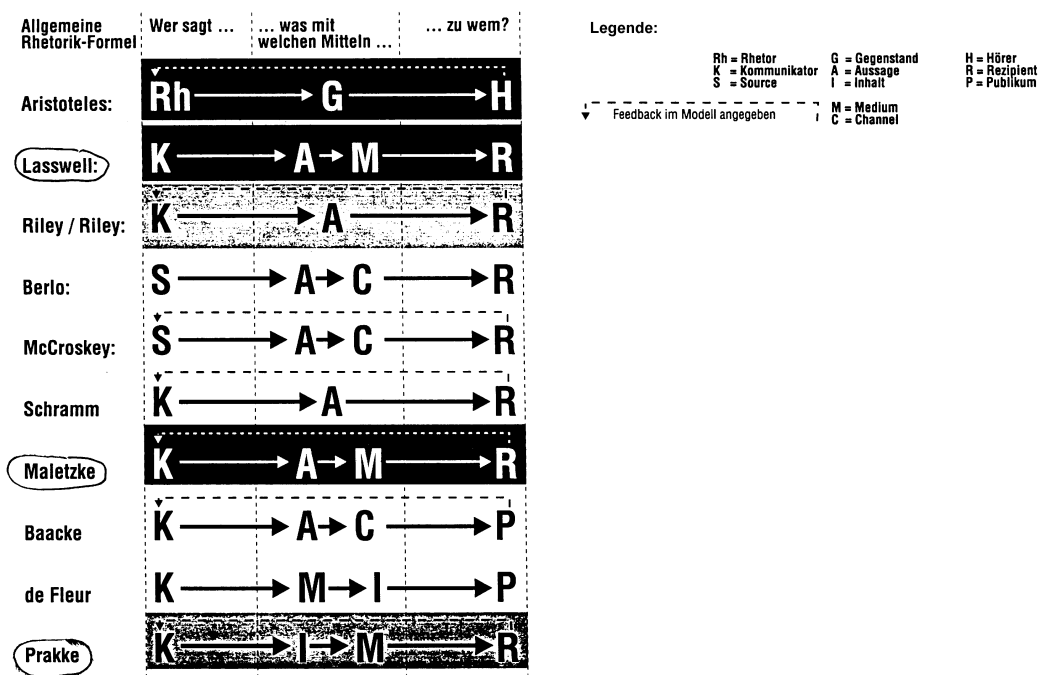
- AP (Ausgangspartner) \longleftrightarrow ZP (Zielpartner)
AP und ZP können Einzelpersonen, aber auch Sozialgebilde aller Art sein („Kommunikation der Repräsentanten“).
- Dabei Rollenwechsel!
- Vermittlung ist nur möglich, wenn Gesprächspartner am Gegenstand der Kommunikation gemeinsames Interesse haben.
- Hauptdialog kann durch zeitliche, räumliche, soziale oder geistige Distanzen blockiert sein
- Zeitung als Kulturwerkzeug zur „Vermittlung von Mitteilungen“.
Dabei: „vermittelnde“ und „produzierende“ Journalisten.

- Rollendiagramm der Massenkommunikation (Wagner):

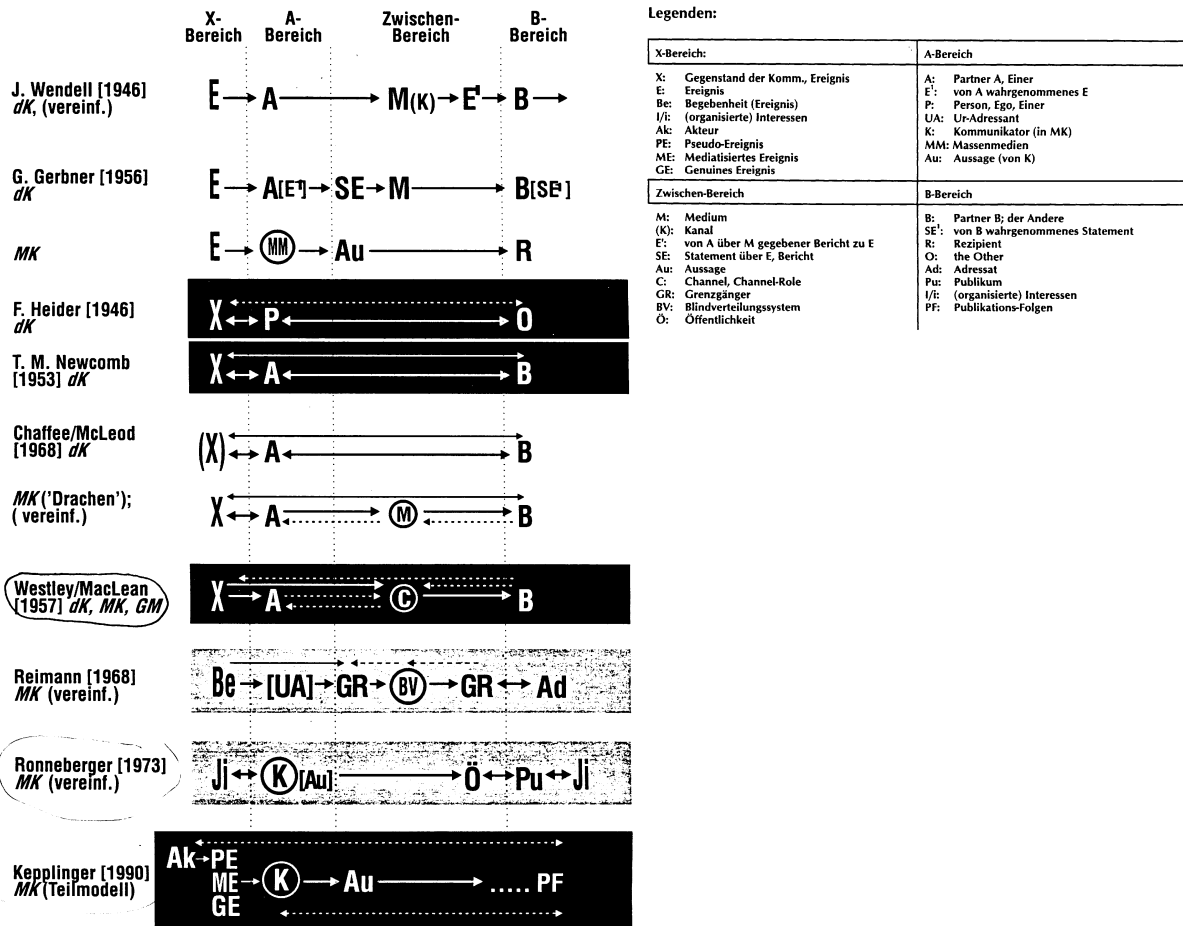


dabei: AP: Ausgangspartner
 ZP: Zielpartner
 V: Vermittler
 M: (technisches) Medium
 VS: Vermittlungssystem
 R: Rezipient

Grobschema der rhetorik-orientierten Modelle:



Grobschema der ereignis-orientierten Modelle:



Grobschema der vermittlungs-orientierten Modelle:

