

Deutsch

Skripte aus Deutsch für Fachabitur

1. Medien

- [1.1 Medien im gesellschaftlichen und historischen Kontext](#)
- [1.2 Printmedien - Nutzung und Informationsgewinn](#)
- [1.3 Hörfunk und Fernsehen](#)
- [1.5 Analyse journalistischer Darstellungsformen](#)
- [1.8 Propaganda und journalistische Ethik](#)
- [1.10 Wirkungsweisen der Medien und Probleme der Mediennutzung](#)

Inhalt Deutsch:

- 1. Medien
- 2. Journalistische Darstellung
- 3. Literatur

1. Medien

1.1 Medien im gesellschaftlichen und historischen Kontext

Kommunikation und Massenkommunikation

- Man kann nicht nicht kommunizieren, wir kommunizieren immer, ob unbewusst, oder bewusst
- Kommunikation: Sender ⇒ Signal, Botschaft ⇒ Empfänger
- Massenkommunikation verläuft in erster Linie einseitig, in den letzten Jahren haben sich auch dialogische Strukturen entwickelt
- Die **Massenkommunikationsmittel** sind Träger der indirekten Aussage an ein disperses Publikum

Die historische Entwicklung der Massenmedien

- Deutsche Sprache und Buchdruck
 - Mittelalter - Beschränkung der Vervielfältigung von Texten auf handschriftliches Kopieren (Geistliche)
 - Erfindung des Buchdrucks (1450) - Gutenberg
 - Martin Luther - Thesen auch in deutscher Sprache, erste Bibelübersetzung
- Zeitung (Bedeutung bis ins 19. Jh.: Neuigkeit, heute: Tagespresse)
 - Verbreitung: Postwesen
- Zeitschriften (18. Jh.)
 - Schriftsteller auch Journalisten
- Buch
 - Buchproduktion und Verkaufszahlen häufig als Indikatoren für eine kulturinteressierte Gesellschaft
 - Mehr leicht verständliche Sachbücher und Ratgeber als Belletristik
- Massenmedien im 20. Jh.
 - Der Mensch investiert immer weniger in die direkte Kommunikation, und lässt sich berieseln, unterhalten, einlullen
- Pressefreiheit
 - Reichspressegesetz 1871 (Untersagung von Zensurmaßnahmen)
 - Nationalversammlung in Weimar Pressefreiheit in den Grundrechtskatalog aufgenommen.
 - Nationalsozialisten steuerten das Pressewesen zentral
- Fernsehen
 - Seit 1953 ARD, 1963 ZDF (Staatsvertrag von 1961)
 - die Dritten werden von Aufsichtsgremien kontrolliert (Rundfunkrat), in denen Vertreter der gesellschaftlich relevanten Gruppen (Kirchen, Gewerkschaften etc.) über Programme und Inhalte diskutieren

- Privatwirtschaftlich organisierte Sender gehören einzelnen oder mehreren Medienmogulen, die damit nicht nur Geld verdienen, sondern auch Einfluss auf Inhalte haben
- **Komplementarität** der Medien (kein Medium verschwindet, sie bestehen gleichberechtigt nebeneinander, ergänzen sich, übernehmen unterschiedliche Aufgaben). Das Radio wurde zum "Nebenbei-Medium"
- Aufgaben der Medien
 - Herstellen von Öffentlichkeit (transparent machen politischer Entscheidungen, Ermöglichung der Bildung einer öffentlichen Meinung)
 - Kritik und Kontrolle (4. Gewalt im Staat)
 - Integration und Sozialisation (Massenmedien spiegeln gesellschaftliche Normen, Werte und Verhaltensweisen wider)
 - Kultur und Bildung (Beitrag zur Weiterbildung)
 - Unterhaltung (Entspannung und Entlastung, kreative Freizeitgestaltung)

1.2. Printmedien - Nutzung und Informationsgewinn

Die Presselandschaft

- Zeitungen bzw. Medien als "vierte Gewalt" im Staat zur Erhaltung demokratischer Strukturen
- lokale Berichterstattung hat einen besonders hohen Stellenmarkt - die meisten Leser interessieren sich für das unmittelbare Umfeld
- Arbeit im Ressort Lokales, Journalist kann nicht auf Nachrichtenagenturen zurückgreifen, Themen, muss sie oft selbst finden und recherchieren
- Überregionale Zeitungen
 - (SDZ, FAZ, die Welt), Korrespondentennetz weltweit, Wert auf großen innen- und außenpolitischen Nachrichtenteil - Reportage, Feature, Kommentar
- Boulevardzeitungen
 - große Aufmachung, reißerische Überschriften, großformatige Fotos, weniger Politik, Starker Schwerpunkt bei Sex, Crime und VIPs
 - Themen kurz und knapp, Sprache leicht verständlich, Sätze kurz
 - kritische Punkte: einfache Sätze und kurze Berichte vereinfachen viele Sachverhalte, immer wieder werden Verfälschungen nachgewiesen
- Wochenzeitungen
 - nicht so sehr hoch aktuelle Berichterstattung, Zeitgeschehen ausführlicher, Hintergrundberichte, Kommentare, Feuilleton, kulturelle Ereignisse (Woche, Die Zeit, Rheinischer Merkur)
- Nachrichtenmagazine und Zeitschriften
 - Der Spiegel, Focus als Nachrichtenmagazine
 - Zeitschriften jetzt mehr spezialisiert, Special-Interest-Zeitschrift, Spezialwissen, Insider-Kenntnisse und Fachjargon

Buch als Printmedium

- Was Menschen kaufen wird ihnen häufig empfohlen
- Sekundärliteratur - "Buch zum Buch"

Literarische Recherche

- einen intelligenten Menschen zeichnet nicht aus was er weiß, sondern wo er es finden kann
- Verzeichnis lieferbarer Bücher (Schlagwortkataloge, Stichwortverzeichnisse, Verfasserkataloge)

Bibliografieren und wissenschaftliche Arbeit

- Zitieren anderer Autoren:
 - wörtlich zitieren

- sinngemäß (Fußnote, von wem die Erkenntnisse sind)

1.3. Hörfunk und Fernsehen

- Entwicklung von Hörfunk und Fernsehen in den letzten 20 Jahren
 - Hörfunk als Nebenbei-Medium
- Programmauftrag
 - Öffentlich-rechtliche Anstalten erhielten den Programmauftrag: Information, Bildung, Unterhaltung
 - Gebot der Grundversorgung haben die Privatsender nicht

1.5.. Analyse journalistischer Darstellungsformen

- Nachricht
 - ganz bestimmte journalistische Darstellungsform, die Nachricht i. R. nicht länger als 20 Zeilen bzw. etwas über eine Sendeminute
 - bestimmter Aufbau: das Wichtigste am Anfang (Lead-Satz)
- Bericht
 - länger als die Nachricht
- Reportage
 - Schilderung von Stimmungen vom Ort des Geschehens
 - Eindrücke des Journalisten oder Gefühle und Meinungen vom Betroffenen
- Feature
 - Elemente der Reportage, stellt aber dann Fragen von übergeordneter Bedeutung, die er selbst beantwortet (ist zum Modewort geworden, wird dann verwendet, wenn nichts anderes passt)
- Kommentar
 - Argumentations-Kommentar - Argumente sammeln um den Leser zu überzeugen
 - Geradeaus-Kommentar - einfach mal drauf los schimpfen und kritisieren
 - Einerseits-Andererseits-Kommentar - verschiedene Seiten kommen zu Worte und werden gegen einander abgewägt
- Glosse
 - ironisch kommentierend
- Feuilleton - Kulturberichterstattung
 - Vermischung von Information und Beurteilung (Buchbesprechungen, Filmkritiken, Konzertkritik - wären sonst dürftig und uninteressant)

1.8. Propaganda und journalistische Ethik

Begriffsdefinition

- Definition Propaganda
 - Form der Werbung, bes. für bestimmte geistige Ziele und politische, religiöse, wirtschaftliche aber auch künstlerische oder humanitäre Ideen
- Ende 19: Jh. Propaganda gleichbedeutend mit Werbung
- Propaganda und Agitation im russischen Frühkommunismus:
 - *Agitation*: Bezeichnung für revolutionären Aktivismus: Vermittlung weniger Ideen an Viele
 - *Propaganda*. Vermittlung vieler Ideen an Wenige
- Allgemeine politische Bedeutung im 2. Weltkrieg
 - Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda

Propaganda im politischen und journalistischen Zusammenhang

- beschönigende Ausdrücke ohne vorherige Überprüfung durch die Journalisten
 - Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda
- Euphemismus
 - verhüllende, beschönigende Ausdrucksweise zur Milderung negativ empfundener moralisch, anstößiger oder tabuisierter Sachverhalte
- Pauperismus
 - Verarmung der Gesellschaft

Medienethik

- Scheckbuchjournalismus
 - wer den größten Scheck ausstellt, bekommt Fotos und Storys exklusiv
- Grundgesetz Artikel 5
 - Meinung- und Informationsfreiheit für alle Menschen
- Strafgesetzbuch und Bürgerliches Gesetzbuch
 - Anwendung des Strafgesetzbuches
 - Anleitung zu Straftaten
 - Gewaltdarstellung
 - Belohnung und Billigung von Straftaten
 - Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgemeinschaften und Weltanschauungsvereinigungen
 - Verbreitung pornografischer Schriften
 - Beleidigung, üble Nachrede
 - Schützen vor (falscher) Berichterstattung
 - Gegendarstellung und Unterlassungsklage
- Pressekodex
 - Versuch der Medien, sich selbst zu kontrollieren (seit knapp 30 Jahren)
 - "Publizistische Grundsätze" des deutschen Presserates, Verbände von Verlegern und Journalisten haben zugestimmt
 - Presserat spricht auch sog. Rügen aus, die publik gemacht werden
 - Im Pressekodex wird die Ethik des Journalismus konkretisiert
- Programmbeiräte (Rundfunk- und Verwaltungsräte)
 - Mitglieder gesellschaftlich relevanter Gruppen (Kirche, Gewerkschaften, Arbeitgeber und kultureller Organisationen beraten und kontrollieren den Intendanten der öffentlich-rechtl. Rundfunkanstalten
 - Jeder Zuschauer kann sich an diese Programmbeiräte wenden
- Aufsichtsgremien
 - bei den Privatsendern sind auch Mitglieder gesellschaftlich relevanter Gruppen, die die Interessen der Zuschauer bzw. der Allgemeinheit vertreten

Sprache und Sprachskepsis

- Worte genau abwägen und sie nicht gedankenlos einsetzen
 - das gilt nicht nur für Journalisten, sondern auch für alle andern, die ihre Meinung in Wort und Schrift kundtun

1.10. Wirkungsweisen der Medien und Probleme der Mediennutzung

- Bei einer Tageszeitung interessiert sich die Mehrheit der Leser vor allem für die lokale Berichterstattung

Die Wirkungsweise von Medien

- Die Positionen in der Wirkungsforschung schwankten im Lauf der Jahre zwischen den Extremen von Allmacht bis Ohnmacht
 - Anfangs hielt man Medien für allmächtig., sie wurden als *Reiz-Reaktions-Modell* verstanden
 - Ein passives Publikum glaubt unkritisch, was es sieht oder hört und reagiert uniform auf den vorgesetzten Reiz.
 - Neuere Theorien: „aktiver Mediennutzer“ nimmt die vermittelten Medieninhalte in einem individuellen Prozess auf und verarbeitet sie.
 - Verstärker-Hypothese: Medien verändern Meinungen nicht, sondern verfestigen bereits existierende Meinungen lediglich.
 - Theorie der kognitiven Dissonanz: der Mensch nimmt nur Informationen auf, die er auch aufnehmen will, der Rest wird nicht wahrgenommen.
 - Theorie der Schweigespirale: Vorstellung, dass Menschen nach Möglichkeit soziale Isolierung vermeiden, d. h. Ablehnung oder Missbilligung durch andere.
 - Beobachtung des allg. Meinungsklimas. Wenn die Mehrheit die eigene Meinung teilt, ist er bereit, diese Meinung offen zu vertreten, ansonsten schweigt er
 - ansonsten Angst, die direkten Sozialkontakte (Gespräche) zu verlieren
 - Wenn Massenmedien nun einen falschen Eindruck vom Meinungsklima vermitteln, bringen sie eine Schweigespirale in Gang (bisherige öffentliche Mehrheitsmeinung kann zur „Stummen“ Minderheitsmeinung“ werden.

[Publizistik-Professorin Elisabeth Noelle-Neumann warf den Fernsehjournalisten einseitige Beeinflussung der öffentlichen Meinung und damit des Wahlausgangs (Bundestagswahl 1976) vor.]

 - Theorie des Agenda Settings: Medien bestimmen weniger, „was“ wir denken, vielmehr „worüber“ wir denken (Agenda-Setting: „Festlegung der Tagesordnung“)
- Wirkung der Medien ist nicht eins zu eins messbar, sondern von einer Vielzahl individuell unterschiedlicher Faktoren abhängig.

Gewalt im Fernsehen

- Frühe, überholte Thesen:
 - Betrachtung von Gewalt mindert Aggressionen und befreit den Betrachter quasi vom eigenen Gewaltpotential
 - Gewaltszenen im Fernsehen führen direkt zu Nachahmung
- Mehr Hinweise für ein Wirkungsrisiko als für generelle Harmlosigkeit oder Nützlichkeit
- es handelt sich sowohl um physische als um psychische Gewalt
- problematisch, wenn die gezeigten aggressiven Verhaltensweisen belohnt werden und als normal und selbstverständlich hingestellt werden.