

Systematik der Kommunikationswissenschaft Lasswell-Formel, Feldschema der Massenkommunikation & Definition "Massenmedium" von Maletzke

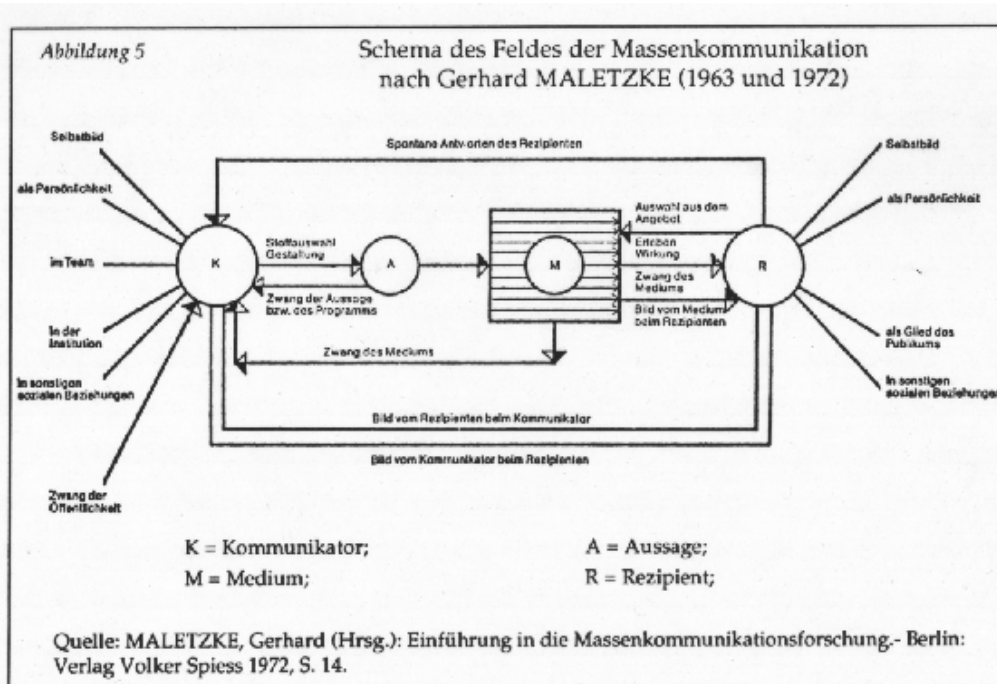
- Die Lasswell-Formel (1948)
 - Harold D. Lasswell (USA) - Politikwissenschaftler
 - eine Beschreibung der Kommunikation und deren Prozesse
 - nicht auf ein Gebiet der Kommunikation eingeschränkt

"A convenient way to describe an act of communication is to answer the following questions: Who says what in which channel to whom with what effect?" (Lasswell 1971)

- enthält alle Bestandteile eines Kommunikationsprozesses
- benennt fünf Aufgaben der Kommunikationswissenschaft

Who says	Kommunikator	Kommunikatorforschung
What	Aussage	Inhaltsanalyse
in Which channel	Medium	Mediumanalyse
to Whom	Rezipient	Rezipientenforschung
with What effect	Wirkung	Medienwirkung

- "das Modell in der Kommunikationsforschung behandelt werden sollte." (Burkart 1998)
 - Kommunikation als einheitlicher Prozess
 - klarer Unterschied zwischen "Medium" und "Aussage", sowie "Nutzung" und "Wirkung"
 - gilt als idealistisch, veraltet, mehrmals erweitert und bestritten
 - behandelt nur die Richtung "Sender (aktiv) => Empfänger" (passiv) = Linearität
 - Ziel war es, Felder der Kommunikationsforschung zu systematisieren
 - Basis fast aller anderen Modellbildungen
- **Feldschema der Massenkommunikation (1963)**
 - Gerhard Maletzke
 - behandelt die internen Verhältnisse der Massenkommunikation
 - ein „sozialpsychologisches“ Modell der Massenkommunikation
 - Akzent auf die einheitliche Zusammensetzung der Massenkommunikation
 - Bestandteile des Massenkommunikationssystems
 - Kommunikator
 - Rezipient
 - Medium
 - Aussage
 - Rezipient ist nicht mehr ein abhängiger Zuhörer



Der Kommunikator ist dieser, der das Thema auswählt. Er macht darüber eine Aussage. Sie ist abhängig von seiner Persönlichkeit, seinem Selbstbild, seinem Team, eventuell auch der Institution, bei der er tätig ist, allen anderen sozialen Beziehungen, dem Zwang der Öffentlichkeit, Einschränkungen des Mediums, seinem Bild der Rezipienten und natürlich auch von der Rückreaktion auf seine Aussage. Die Aussage wird dann üblicherweise durch das Medium an den Rezipienten weitergeleitet. Der Rezipient ist aber nicht mehr so passiv, wie in der Lasswell-Formel, sondern er darf nun zwischen mehreren Aussagen frei wählen. Natürlich ist er bei der Wahl der Aussage von seiner Persönlichkeit, seinen sozialen Beziehungen, seinem Bild vom Kommunikator und dem Medium abhängig.

- Definition "Massenmedium" von Maletzke

"Die Apparatur, die der Vermittlung der Aussagen dient und die primär technischen, sekundär aber auch soziologischen und psychologischen Charakter hat." (Maletzke 1978)

- Medium als "Konstante" (Maletzke 1978)
- alle Elemente von dem Medium abhängig - „Zwang des Mediums“
- mögliche Relationen
 - Kommunikator-Medium
 - Wahrnehmung der technischen Merkmale des Mediums
 - Verschiedenste Darstellung der Aussage
 - Rezipient-Medium
 - Medium-Wirkung
 - Merkmale eines Mediums
 - Wahrnehmung (optisch, akustisch, optisch-akustisch)
 - Verhaltensfreiheit (Freiheit bei akustischen Medien, Bindung bei optischen Medien)
 - Zeitabhängigkeit (zeitliche Freiheit des Rezipienten, Zeit vom Kommunikator festgesetzt)
 - Raumabhängigkeit (unabhängig von der Umgebung, "Veranstaltung" in besonderer Umgebung)
 - soziale Situation (einzeln, intim, Gruppe)
 - "Konserve" und "Live"

Literaturliste:

Burkart, R. (1998). *Kommunikationswissenschaft*. Wien/Köln/Weimar: Böhlau

Lasswell, H.D. (1971). *Structure and Function of Communication Society*. In W. Schramm (Hrsg.), *Mass Communications* (S. 117-130). Urbana, IL: The University of Illinois Press

Maletzke, G. (1978). *Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut