

Inhalt

1. Kapitel: Die Sprache des Fernsehens

- 1.1 Bedenken 19
 - 1.1.1 Der Vorwurf der Passivität 19
 - 1.1.2 Anschauung – Vorstellung – Magie 21
- 1.2 Probieren – Auswahl als Grundprinzip 22
- 1.3 Der optische Kanal 24
 - 1.3.1 Kameraoperationen 24
 - 1.3.1.1 Kameraperspektive 24
 - 1.3.1.2 Einstellungsgröße 26
 - 1.3.1.3 Kamerabewegung 28
 - 1.3.1.4 Licht und Farbe 29
 - 1.3.2 Montage 32
 - 1.3.2.1 Die Mittel: Einstellung, Schnitt, Sequenz und Blende . . . 32
 - 1.3.2.2 Formen der Montage 33
 - 1.3.3 Signal-, Zeichen- und Symbolfunktion von Bildern 36
- 1.4 Der akustische Kanal 37
 - 1.4.1 Die Elemente des akustischen Kanals 37
 - 1.4.1.1 Sprechsprache 37
 - 1.4.1.2 Musik 38
 - 1.4.1.3 Geräusche 38
 - 1.4.2 Interferenz: Überlagerung von Sprechsprache, Musik und Geräusch 38
- 1.5 Die Bild-Ton-Interferenz 39
 - 1.5.1 Vom Hör- zum Sehfunk: Formen der gesellschaftlichen Berichterstattung 39
 - 1.5.2 Vertikale Montage 40
 - 1.5.2.1 Überlagerung von Laufbild und Sprechsprache 40
 - 1.5.2.2 Wechselwirkung von Laufbild und Sprechsprache 42
 - 1.5.2.3 Bildsehen, Hören und Lesen als Leistungen der Wahrnehmung und der Informationsverarbeitung 45
 - 1.5.2.4 Optisch-akustische Gesamtinterferenz 47
- 1.6 Fernsehen – manipulierte Wirklichkeit? 50

2. Kapitel: Kommunikation

- 2.1 Was verstehen wir unter Kommunikation? 55
 - 2.1.1 Kommunikation – nur ein Modewort? 55
 - 2.1.2 Wort- und Begriffsgeschichte 55
- 2.2 Wie geht interpersonale Kommunikation vor sich? 56
 - 2.2.1 Kommunikationspartner und Kommunikationsrichtung 56

2.2.2	Vier Bedingungen für Kommunikation	57
2.2.3	Die „Wirhaftigkeit“ von Kommunikation	57
2.2.4	Die Sprache	58
2.2.4.1	Code – Zeichensystem – Sprache	59
2.2.4.2	Die Notwendigkeit einer „gemeinsamen Sprache“	59
2.3	Signale – Zeichen – Symbole	60
2.3.1	Vom Signal zum Zeichen	60
2.3.1.1	Signal unter dem Aspekt der Physik	60
2.3.1.2	Signal unter dem Aspekt der Informationstheorie	61
2.3.1.3	Signal unter dem Aspekt der Verhaltensforschung	61
2.3.1.4	Signal unter dem Aspekt der Semiotik (Zeichentheorie)	61
2.3.1.5	Signale als energetische Reizträger	62
2.3.2	Zeichen – Bedeutung – Regel	63
2.3.3	Der Übergang von Signalen in Zeichen und Symbole	64
2.4	Medium	65
2.4.1	Die Vielschichtigkeit des Begriffs „Medium“	65
2.4.2	Kategorien der spezifischen Medienleistung	65
2.4.2.1	Ortsmedien	65
2.4.2.2	Orts-/Zeitmedien	66
2.4.3	Enge – Weite – Radius	66
2.4.4	Geschichtliche und soziale Einbindung	66
2.4.5	Zusammenfassende Definition „Medium“	67
2.5	Der Beziehungsaspekt von Kommunikation	67
2.5.1	Ideolekt und Soziolekt	68
2.5.2	Denotation – Konnotation	69
2.6	Intrapersonale Kommunikation	70
2.7	Nonverbale Kommunikation	71
2.8	Metakommunikation	72
2.8.1	Der Text	72
2.9	Kommunikation und Existenz	73

3. Kapitel: Massenkommunikation

3.1	Vororientierung: Die Angst vor der Vermassung	77
3.2	Massenkommunikation als Begriff der Kommunikationstheorie und der Publizistikwissenschaft	77
3.2.1	Kennzeichnende Merkmale der Massenkommunikation	78
3.3	Medien der Massenkommunikation	78
3.3.1	Institutionen	78
3.3.2	Aufgaben	79
3.4	Kommunikatoren und Adressaten in der Massenkommunikation	82
3.4.1	Kommunikatoren	82
3.4.2	Adressaten	83

3.5	Besondere Probleme in der Massenkommunikation	83
3.5.1	Die Informationsflut und ihre Bewältigung: gate-keeper und opinion-leader	83
3.5.2	Das Image und die Macht der Macher – Intra- und Metakommuni- kation in der Massenkommunikation	86
3.5.3	Die Lernfähigkeit der Massenmedien	87
3.5.4	Gefahren und Chancen für Kommunikatoren und Adressaten: Die existentielle Problematik der Massenkommunikation	88
4.	Kapitel: Lernen – was ist das?	
4.1	Begriffsbestimmung	93
4.1.1	Lernen in der Umgangs- und Wissenschaftssprache	93
4.1.2	Lernen in allgemeiner Definition	93
4.1.3	Abgrenzungen des Lernbegriffs	94
4.1.3.1	Abgrenzung gegen Veränderungen des Zentralnervensystems	94
4.1.3.2	Abgrenzung gegen das Lernen der Tiere	94
4.2	Lernen und Bewußtsein	94
4.3	Der lernende Mensch, das unangepaßte Wesen	95
4.4	Das „erweiterte Zentralnervensystem“ (Massenmedien)	96
4.5	Grundfaktoren des Lernens: Lernen in der Spannung von Faktum und Horizont	97
4.5.1	Horizonteneröffnung – Verfremdung – Entfremdung	97
4.5.2	Frustrationstoleranz	98
4.5.3	Flexibilität	98
4.5.4	Adaption – Elementarisierung	98
4.5.5	Lerntransfer	98
4.5.6	Unmittelbares und vermitteltes Lernen	99
4.6	Das interne Modell von Außenwelt	99
4.6.1	Begriffsbildung und gliedernde Auswahl	101
4.6.2	Der Regelungsprozeß	102
4.6.3	Subjekt und Modell	103
4.6.4	Lernen – ein lebenslanger Prozeß	104
4.6.5	Der externe Speicher	105
4.7	Probleme der empirischen Lernforschung	106
5.	Kapitel: Was lernen wir? – Die Lerntheorie Robert M. Gagnés	
5.1	Was will Gagné?	109
5.2	Die Lernpyramide	109
5.3	Die Lerntypen	110
	Lerntyp 1: Signallernen	110
	Lerntyp 2: Reiz-Reaktionslernen	111

Lerntyp 3: Kettenlernen	115
Lerntyp 4: Sprachliche Assoziation	116
Lerntyp 5: Unterscheidungslernen	121
Lerntyp 6: Begriffslernen	122
Lerntyp 7: Regellernen	125
Lerntyp 8: Problemlösen	128
5.4 Lernen und Kommunikation	132
5.4.1 Subcorticales und corticales System	132
5.4.1.1 Das subcorticale Signalsystem	132
5.4.1.2 Die corticalen Signalsysteme	133
5.4.2 Modell der Kommunikationsebenen	135
6. Kapitel: Fernsehen lernen – oder wie man sich ein Unterhaltungsmedium nutzbar macht	
6.1 Der Zuschauer	139
6.2 Wir lernen immer – Mediendramaturgie als Lernchoreographie	141
6.3 Die Situation: Wann, wie und mit wem sehen wir fern?	143
6.3.1 Gruppe und Alter	143
6.3.1.1 Enkulturation und Sozialisation als Leistungen der Kleinfamilie	143
6.3.1.2 Generationstypische Verarbeitung des Fernsehangebots	146
6.3.2 Schichtbindung	147
6.3.3 Kommunikative Situation	148
6.3.3.1 Familienverhalten beim Fernsehkonsum	148
6.3.3.2 Fernsehnutzung und zwischenmenschliche Verständi- gung (Interkommunikation)	151
6.3.3.3 Über Fernsehsendungen miteinander reden	153
6.3.4 Fernsehsituation von Kindern und Jugendlichen	154
6.3.4.1 Psychische Entwicklung im Kindes- und Jugendalter	154
6.3.4.2 Wahrnehmungsleistungen	155
6.3.4.3 Unterscheidung zwischen Fiktion und Realität	156
6.3.4.4 Aufmerksamkeitsleistungen	156
6.3.4.5 Sprache und Verstehensleistungen	156
6.3.4.6 Emotionalität	157
6.3.4.7 Gedächtnis	157
6.3.4.8 Kinder sehen allein fern	158
6.4 Gründe: Warum sehen wir fern? – Interessen der Zuschauer	158
6.5 Der mündige Fernsehkonsument	161
6.5.1 Methoden eines nutzbringenden Umgangs mit dem Medium Fern- sehen	161
6.5.1.1 Vorbereitung	161
6.5.1.2 Dauer und Pausen	161

6.5.1.3	Wechsel zwischen körperlicher Passivität und kurzer körperlicher Anspannung	162
6.5.1.4	Konzentration	162
6.5.1.5	Behalten des Gelernten	162
6.5.1.6	Wiederholung des Gelernten	163
6.5.1.7	Gesteigerte Lernleistung durch Gliederung des Lernstoffes	164
6.5.2	Wenn Kinder und Jugendliche fernsehen	165
6.5.2.1	Schulung der optischen und akustischen Sensibilität	165
6.5.2.2	Nonverbale Kommunikation	166
6.5.2.3	Lernübertragung	166
6.5.2.4	Beobachtungsaufträge	167
6.5.2.5	Hinterfragen von Sendeaussagen	167
6.5.2.6	Soziale Differenzierung	168
6.6	Sendeinhalte und Zuschauerverhalten	169
6.7	Magische Zeit – reale Zeit – Fernsehzeit	178
6.8	Konsequenzen	180
6.8.1	Wissen und Behalten	180
6.8.2	Lernerlebnis	181
6.8.3	Distanz und Nähe	182
	Anmerkungen	185
	Literatur	189
	Sachregister	191