

# **3 Das Medium in der Kommunikations- und Medienwissenschaft**

## **3.1 Definition(en)**

# Das „Medium“ : definitorische Ansätze

- Das „Medium“ als Körperextension und Werkzeug



Medium Eisenbahn



Medium Kleidung



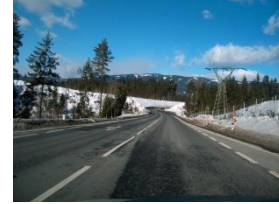
Medium Geld



Medium Licht



Medium Rad



Medium Straße

- Das „Medium“ als Interaktionskoordinator
- Das „Medium“ als Unwahrscheinlichkeitsverstärker

(nach Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien. – Berlin, 2004)

# Das „Medium“ in der Medienwissenschaft

## Definition

Ein Medium ist ein

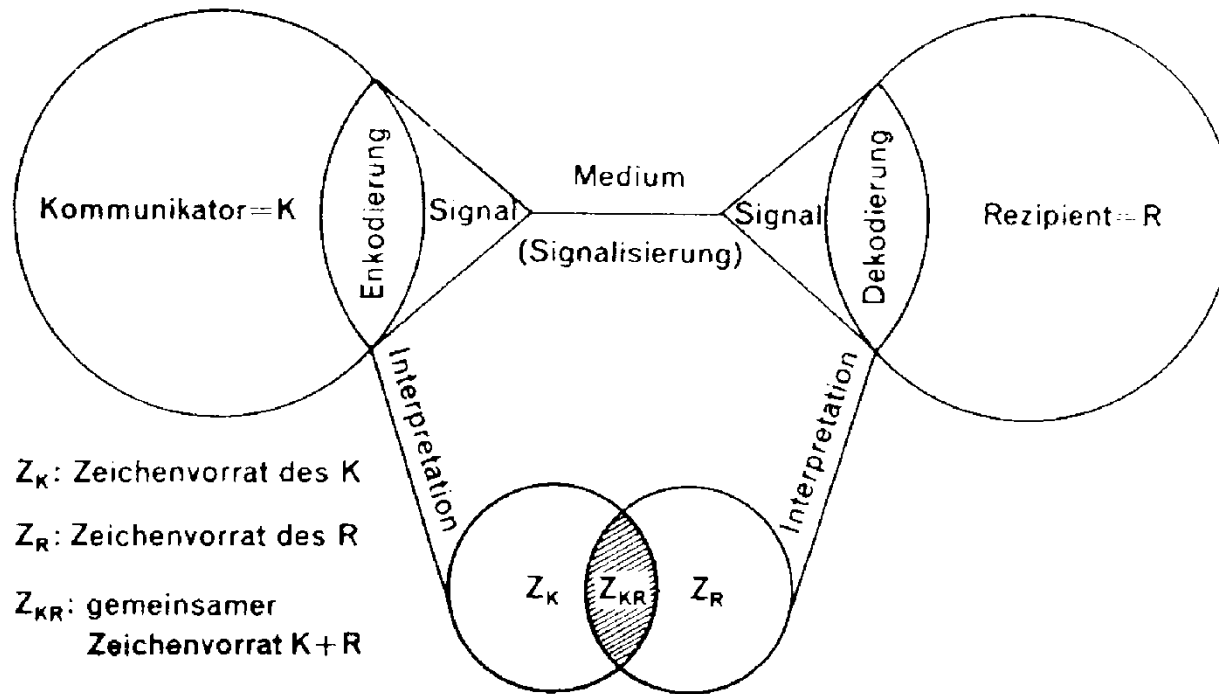
- institutionalisiertes System
- um einen organisierten Kommunikationskanal
- von spezifischem Leistungsvermögen
- mit gesellschaftlicher Dominanz.

(nach: Grundwissen Medien. – 5. Aufl. - München, 2004)

## **3.2 Das Medium im Kommunikationsprozess**

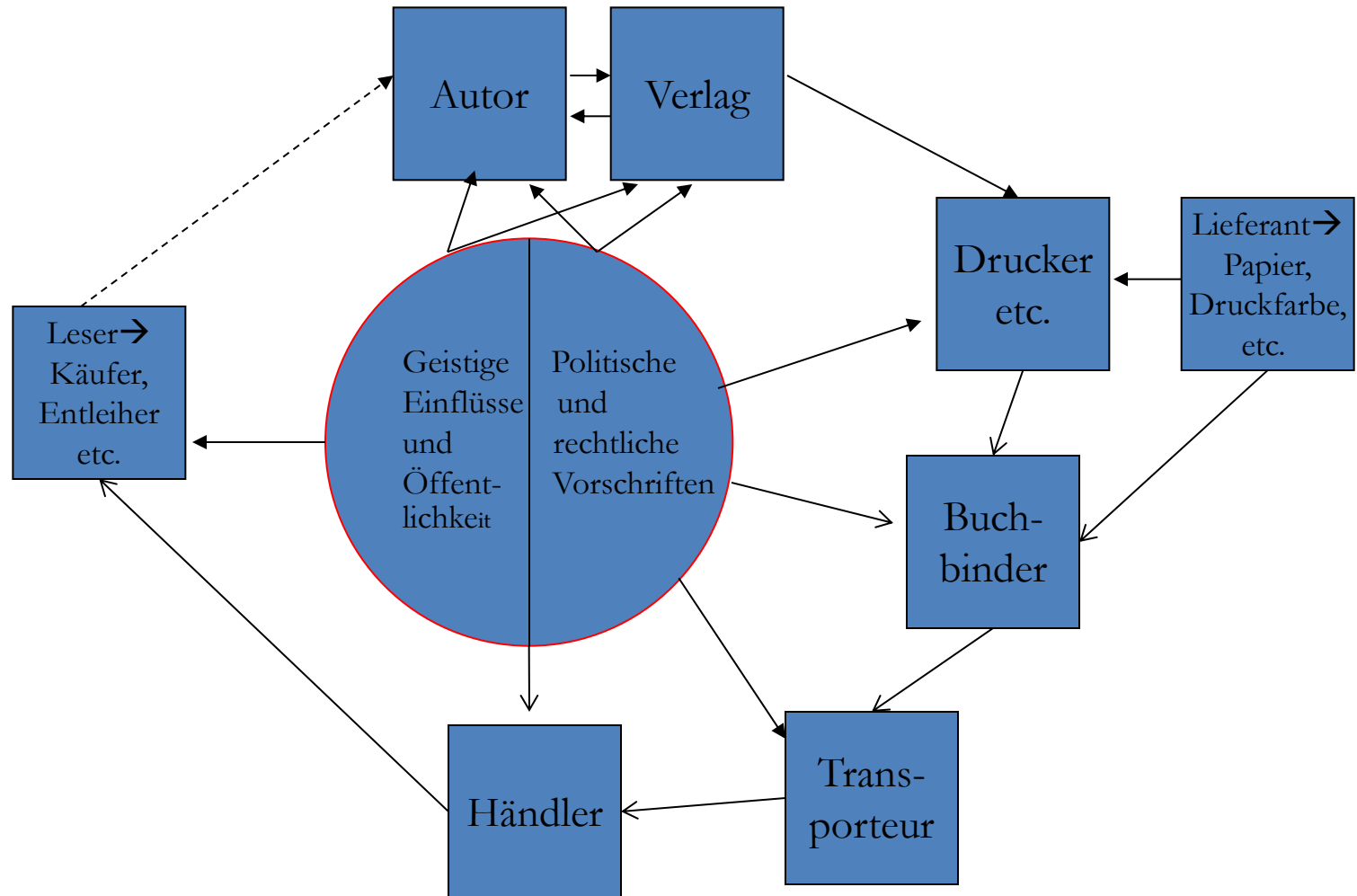
# (Ein) Grundmodell der Kommunikation

Das Medium als Vermittlungsinstanz/Kanal für Informationen.



(nach: Aufermann, Jörg: Kommunikation und Modernisierung. – München-Pullach, 1971)

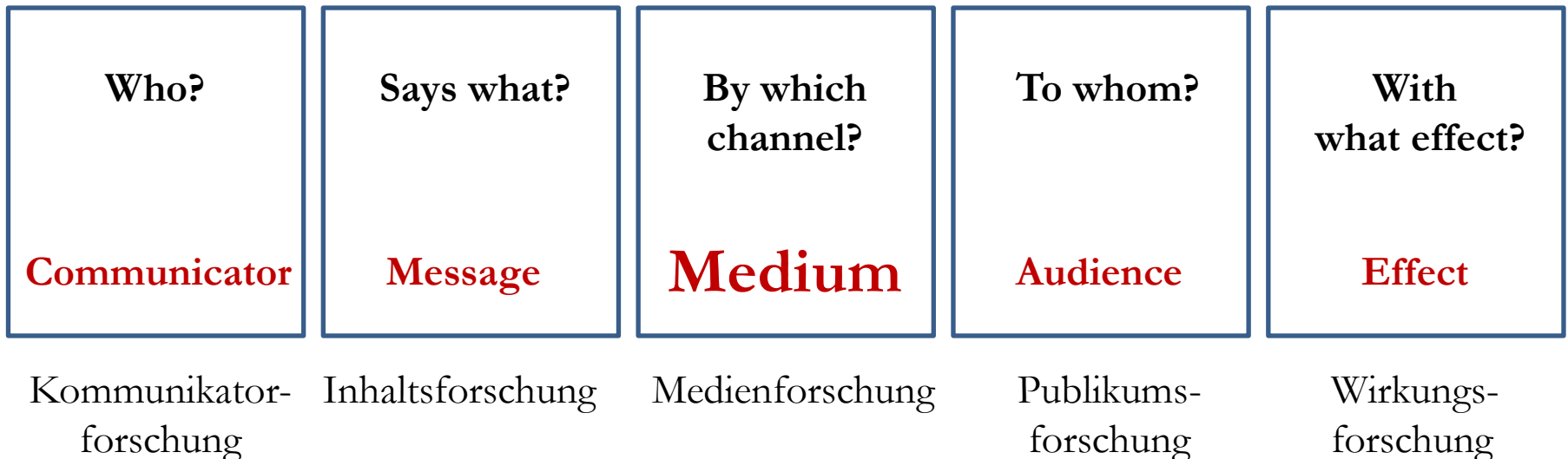
# Ein Kommunikationsprozess – der Buchhandel



# Das „Medium“ als Instrument interpersonaler Kommunikation - Die LASSWELL-Formel -



Harold Dwight Lasswell  
(1902 – 1978)



Vgl. Harold D. Lasswell: The Structure and Function of Communication in Society  
In: The Communication of Ideas. 1948, S. 117

## **3.3 Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft**

# Kommunikationswissenschaft

## Definition

- Wissenschaftliche Disziplin aus dem Bereich der Sozialwissenschaften
- Beschäftigt sich mit menschlichen Kommunikationsvorgängen
- Untersucht soziale Phänomene unter dem Blickwinkel von Kommunikation und Medien
- Beschäftigt sich sowohl mit der Individualkommunikation als auch mit der öffentlichen Kommunikation
- Entstanden aus der Zeitungswissenschaft; befasst sich vorrangig mit journalistischen Formen
- Enge Verwandtschaft mit der Medienwissenschaft

(nach: Schmidt, Siegfried J.: Kommunikationswissenschaft. – Reinbek bei Hamburg, 2007. – S. 18ff.)

# Medienwissenschaft

## Definition

- Wissenschaft, deren einziges und zentrales Thema die Medien sind
- Kulturwissenschaft, entstanden aus geisteswissenschaftlichen Fächern
- Einzeldisziplinen: z. B. Buchwissenschaft, Filmwissenschaft, Theaterwissenschaft
- Aber auch sozialwissenschaftliche Orientierung: beschäftigt sich überwiegend mit den Massenmedien, z. B. Film, Fernsehen, Radio und Online-Medien; mit medienökonomischen, medienrechtlichen Fragen
- Enge Verwandtschaft mit der Kommunikationswissenschaft

(nach: Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. – 2. Aufl. – Stuttgart u. a., 2010. – S. 6f.)

# Die Beziehung zwischen Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft

1. Kommunikations- und Medienwissenschaft: betont die Gemeinsamkeiten beider Disziplinen und dabei v. a. die gemeinsamen Forschungsfelder
2. Kommunikationswissenschaft als übergeordneter Begriff, weil weiter gefasst als die Medienwissenschaft
3. Kommunikationswissenschaft als stärker sozialwissenschaftliche Disziplin in Abgrenzung zur Medienwissenschaft als stärker kulturwissenschaftlich geprägte Disziplin

## **3.4 Medientheorien**

# Medientheorien

## 1. Einzelmedientheorien

- wenden sich nicht „dem“ Medium zu, sondern thematisieren nur ein Medium
- z. B. Filmtheorie, Radiotheorie, Brieftheorie ...

## 2. Kommunikationstheoretische Medientheorien

- das Medium wird nicht isoliert betrachtet, sondern stets als Teil eines Kommunikationsprozesses
- z. B. Theorie der Massenkommunikation, die Medien in ihrem funktionalen Kontext behandelt

## 3. Gesellschaftskritische Medientheorien

- explizit kritischer Ansatz
- das Medium und der mediale Kommunikationsprozess werden im übergreifenden Rahmen von Kultur und Gesellschaft gesehen

## 4. Systemtheoretische Medientheorien

- Medien werden in einen noch allgemeineren Kontext gestellt
- Kommunikation wird als Teil übergeordneten gesellschaftlichen Handelns gesehen
- Kommunikationstheorie wird zur Handlungstheorie

## 3.5 Typologie der Medien

# Das „Medium“ in der Medienwissenschaft

## Definition

Ein Medium ist ein

- institutionalisiertes System
- um einen organisierten Kommunikationskanal
- von spezifischem Leistungsvermögen
- mit gesellschaftlicher Dominanz.

(nach: Grundwissen Medien. – 5. Aufl. - München, 2004)

- Die Bezeichnung steht auch für das einzelne Objekt, das konkrete (Speicher-)Medium
- Dem entspricht die „Mediensammlung“ in Bibliotheken

# Medien : mögliche Unterscheidungskriterien

z. B.

- Art der Wahrnehmung/Sinneskanäle:  
auditive und visuelle Medien, audiovisuelle Medien
- Technisch-funktionale Unterscheidung:  
Speichermedien, Übertragungsmedien und Kommunikationsmedien
- Grundlegende Übertragungstechnik:  
Analoge und digitale Medien
- Kommunikative Reichweite und Organisation:  
Individualmedien und Massenmedien
- Sprachgebundenheit:  
verbale und nonverbale Medien
- Entfernung zwischen Sender und Empfänger:  
Nahmedien und Fernmedien
- Materialisierung:  
Medien mit Medienprodukten und Medien ohne Medienprodukte

# Medien : nach für die Übertragung notwendiger Technik

## 1. Primärmedien:

- auch Mensch-Medien
- Kommunikation funktioniert ohne Einsatz von Technik
- z. B. Theater, Vorlesung

## 2. Sekundärmedien:

- Schreib- und Druckmedien
- werden unter Einsatz von Technik produziert, aber die Rezeption ist ohne technische Hilfsmittel möglich
- z. B. Brief, Buch, Zeitschrift, Plakat

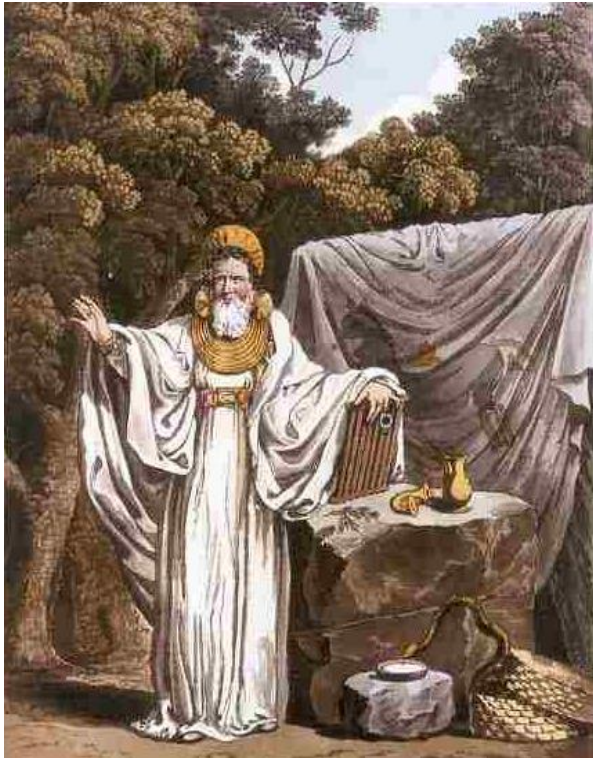
## 3. Tertiärmedien:

- Technikeinsatz auf der Produktions- und auf der Rezeptionsseite
- z. B. Schallplatte, Radio, Microfiche, Tonband, Fernsehen

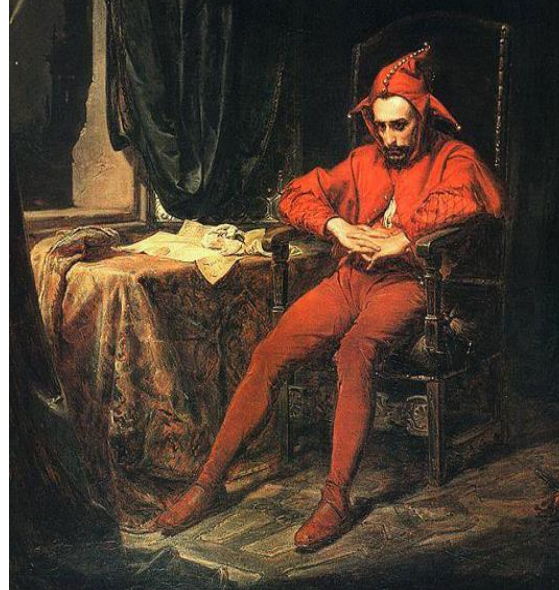
## 4. Quartärmedien:

- digitale Medien = arbeiten mit digitalen Codes
- Technikeinsatz bei Produktion, Distribution, Rezeption
- Auflösung der traditionellen Sender-Empfänger-Beziehung bei Online-Medien
- z. B. World Wide Web, E-Mail, Chat, CD-ROM

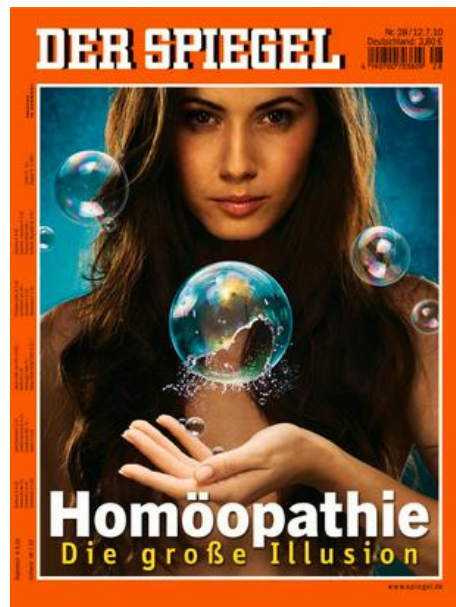
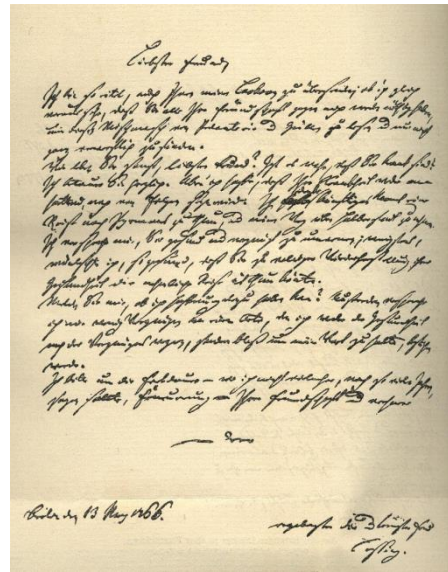
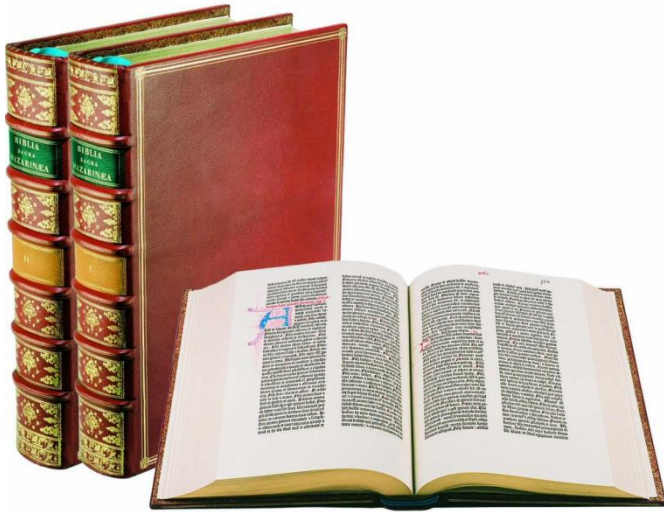
# Primärmedien (Menschmedien)



→ z. B. Priester, Hofnarr,  
Erzähler, Ausrufer, Theater



# Sekundärmedien (Schreib- und Druckmedien)



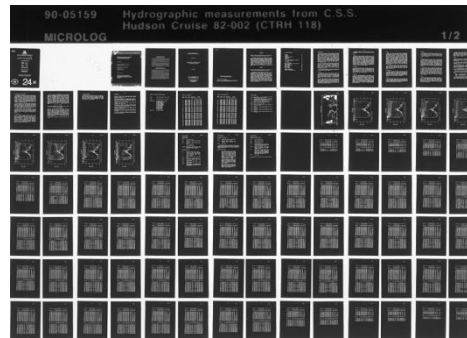
- z. B. Buch, Zeitschrift,
- Zeitung, Plakat, Brief

# Das „Medium“ als Massenmedium

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen *öffentlich* (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel (Medien) *indirekt* (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und *einseitig* (also ohne Rollenwechsel zw. Aussagenden und Aufnehmenden) *an ein disperses Publikum* vermittelt werden.“ Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. – Opladen u. a., 1998. - S. 45 f.

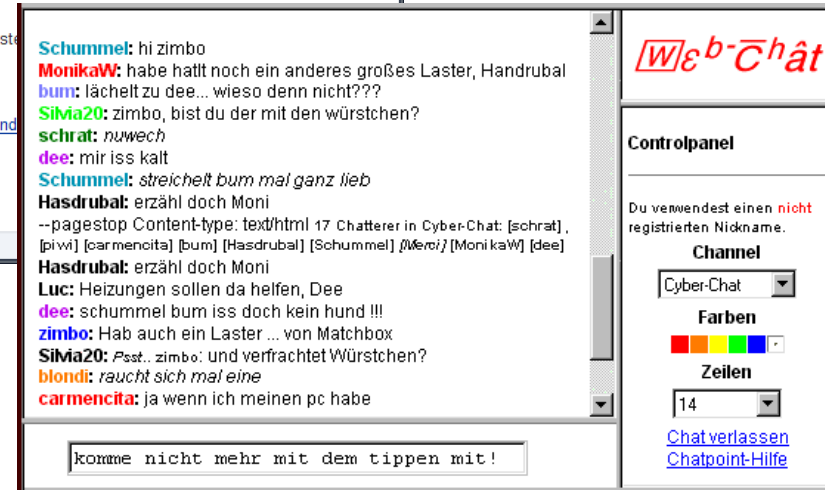
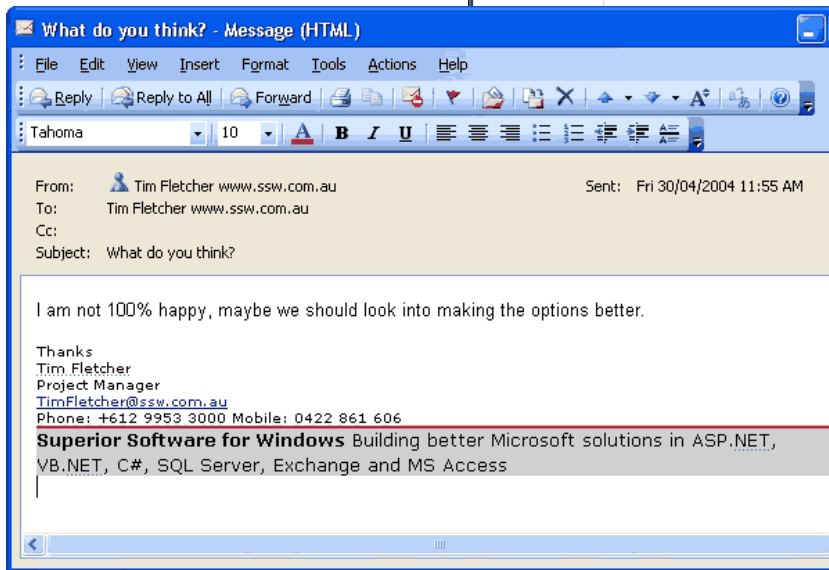
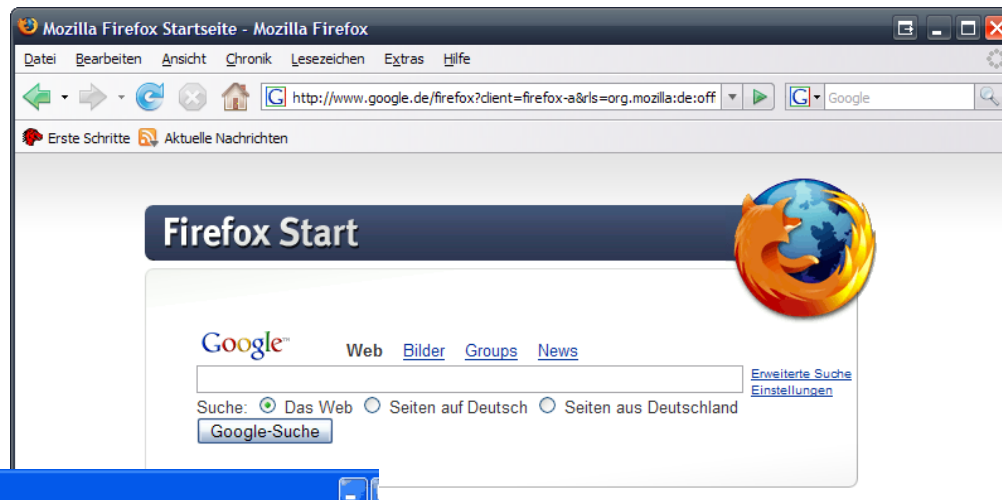
1. Medien im Sinne von Massenmedien gibt es nur dort, wo es große Publika gibt, die real oder potenziell als Öffentlichkeit agieren.
2. Massenmedien gibt es nur, wenn spezielle öffentliche Anbieter vorhanden sind, die mit ihrem Angebot spezielle Interessen verfolgen: Repräsentanz von Macht, Propaganda, Profit, Aufklärung. Die Anbieter selbst sind keine Massenmedien, sondern deren infrastrukturelle Voraussetzung.
3. Massenmedien gibt es nur, wenn öffentlich präsentierte Produkte spezielle Inszenierungen anbieten. Diese Inszenierungen, wenn sie populär sind – d.h. bei Bevölkerungsmehrheiten beliebt sind, wahrgenommen, gekauft, debattiert werden - sind die eigentlichen Massenmedien.

# Tertiärmedien



→ z. B. Schallplatte, Radio, Fernsehen, Film, Video

# Quartärmedien (digitale Medien)



→ z. B. World Wide Web, Multimedia, E-Mail, Chat

# Medien als Übertragungsmittel im Rahmen der Kommunikation

