

1) Nach Auffassung von Marshall McLuhan sind Medien... (3), 6 Pkt

- a) eine Metapher unserer Wahrnehmung
- b) der Motor der Kulturgeschichte
- c) Mittel zum Zweck der Kommunikation
- d) Ausweitung des Körpers und der Sinne der Menschen
- e) Instrumente politischer Manipulation
- f) Neutrale Vermittler von Botschaften

2) In der Medienpolitik versteht man unter „Co-Regulation“... (1) 3 Pkt

- a) das Verbot übermäßiger Medienkonzentration
- b) das Zusammenwirken von staatlichen und nicht-staatlichen Regulations-Akteuren
- c) die Regulierung von Hörfunk und Fernsehen durch dieselben öffentlichen Gremien
- d) das Zusammenwirken von Bund und Ländern, insbesondere im Rundfunksektor

3) Das Uses-and-Gratifications-Modell... (4), 6Pkt

- a) fragt nach dem wirtschaftlichen Nutzen von Anzeigen und Werbespots
- b) fragt nach dem Nutzen der Medien für die Gesellschaft
- c) versucht zu beantworten, warum Menschen bestimmte Medienangebote nutzen
- d) beschreibt, was die Medien mit Menschen machen
- e) stellt Mediennutzung in einen Gesamtzusammenhang des menschlichen Handelns (!?)
- f) bietet die Grundlange für viele empirische Studien
- g) erklärt, was die Menschen mit Medien machen

c S. Schaubild S. 195, MedienNUTZUNGSforschung, S. 194 Abs. 2
e, S. 194 Abs.2
f, S. 194 Abs.3
g unten beantwortet

4) Die Kompetenz der Rundfunk-Politik liegt in Deutschland beim Bund. (1)

- a) richtig
- b) falsch

b -> Liegt bei den Ländern, Bsp. ARD, RBB etc. S. 219 unten - 220 oben

5) Zuordnungsaufgabe: Lasswell-Formel

WHO
Medienwirkungsforschung
says
WHAT
Kommunikatorforschung
to
WHOM
Mediennutzungsforschung
in
WHICH CHANNEL
Medienpädagogik
with
WHICH EFFECT
Mediengeschichte

Medieninhaltsforschung

Falsch: Medienpädagogik, Mediengeschichte

6) Nennen Sie zwei soziale Funktionen von Medien. S. 102 (Übersicht)

7) Nennen Sie zwei ökonomische Funktionen von Medien.

8) Nennen sie zwei politische Funktionen von Medien.

9) Bei Langeweile werden in der Regel entspannende Sendungen angesehen, um nicht weiterem Stress ausgesetzt zu sein.

- a) richtig
- b) falsch

b. S. 196, Abs. 2: Mood Management

10) Wann fällte das Bundesverfassungsgericht das erste Rundfunkurteil?

- a) 1953
- b) 1961
- c) 1974
- d) 1982

B. S. 220

11) Werbung... (3) 6Pkt

- a) wirkt persuasiv
- b) wirkt manipulativ
- c) hat eine Diskursfunktion
- d) dient der Finanzierung journalistischer Tätigkeiten
- e) ist Ausdruck des Zeitgeists und Lebensstils
- f) ??? -> Formulierung unklar, aber Antwort falsch

A S. 148 Abs. 3 (Engl. Überreden = to persuade) , d S.149 abs 2
, eS. 149, abs 2

12) Die Anzeigen-Auflagen-Spirale bewirkt, dass...?

- a) bei steigender Auflage meist die Anzeigenpreise erhöht werden
- b) bei sinkender Auflage...?
- c) ???
- d) ???

a: S. 128 unten bis S. 129
+ weitere Antworten

13) Medienethik ist dem Medienrecht untergeordnet, weil sie keine Sanktionen verhängen kann.

- a) richtig
- b) falsch

b: S. 233 Absatz 2

14) Was ist keine Selbstkontroll-Einrichtung? (1) 1Pkt

- a) FSM
- b) FSF
- c) DGPuK
- d) FSK

C: FSM = Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia, FSF= Freiwillige

Selbstkontrolle Fernsehen, FSK= Freiwillige Selbstkontrolle, DGPuK= Deutsche Gesellschaft Publizistik und Kommunikationswissenschaft

15) Welche Funktion hat Öffentlichkeit im Spiegelmodell von Niklas Luhmann? (1)

- a) Transparenzfunktion
- b) Validierungsfunktion
- c) Orientierungsfunktion

A: Tabelle S.110

16) Was integriert der Two-Step-Flow-Ansatz? (1)

- a) Meinungsführer
- b) das Internet
- c) soziale Normen
- d) ???

A: S.202 Abs 1 Two Step-Flow

17) Die Qualitätsmaßstäbe des Journalismus hängen nach ??? von ... ab.

- a) Selbstverständnis des Journalisten
- b) Politische Einstellung des Journalisten
- c) Dem Medium selbst
- d) Dem Publ???/Rezipienten
- e) Dem Genre der Publikation
- f) Ökonomischen Ressourcen der Redaktion
- g) ???

18) Zu den Formen öffentlicher Kommunikation gehören Journalismus, Werbung und PR.

- a) richtig
- b) falsch

a -> Teil 1, Kap. 5 (S.139-151)

19) Medienethik ... (2)

- a) ist ein Teil des Medienrechts
- b) gibt es noch nicht im Internet
- c) dient der moralische Selbstkontrolle
- d) hat durch die Deregulierung der Medien an Bedeutung gewonnen

c -> S. 233 Abs. 2 d -> S. 232, Abs. 1 (!)

20) Tageszeitungen sind Koppelprodukte, weil sie Text und Bild (Fotos, Karikaturen etc.) enthalten.

- a) richtig
- b) falsch

b (S. 228)

Antworten

1)

- a -> S. 80, Abs. 3
- b -> S. 80, vgl. Abs. 3 unten
- d -> S. 80, Abs. 2

2)

- b -> Folie Kommunikationspolitik (3)

3)

- c -> S.
- e -> S.
- f -> S.
- g -> Kap. MedienNUTZUNGSforschung (schließt d aus)

ALTE FRAGEN

21) **Information ...**

- (a) bezeichnet nur die Aussagen, die medial vermittelt werden
- (b) wird bei der Kommunikation von den Medien übertragen
- (c) ist ein kognitiver Prozess
- (d) ist das Gegenteil von Unterhaltung
- (e) ist der Begriff für elektronische Kommunikation
- (f) ist eine Funktion publizistischer Medien

c) -> Folie 6, implizit S. 17f und S. 29 Definition; f) -> S.95 Informationsfunktion

22) **Kommunikation ist ...**

- (a) ein Prozess der Informationsübertragung
- (b) ein technischer Übertragungsprozess
- (c) ein Zeichenprozess
- (d) ein sozialer Prozess
- (e) ohne Medien nicht möglich
- (f) ein einseitiger Prozess
- (g) kein Prozess, sondern das Ergebnis von Information
- (h) ein wechselseitiger Prozess

c) S.29 Definition d) S. 28, zweiter Absatz h) S.15; alle Antworten: Folie 22

23) **Kommunikatives Handeln ...**

- (a) verläuft unbewusst
- (b) verläuft instinktgesteuert (Mitteilungsdrang)

- (c) ist eine Form sozialen Handelns
- (d) ist bei allen Lebewesen zu beobachten
- (e) verfolgt eine dreifache Intention
- (f) verfolgt eine zweifache Intention

c) und f) S. 29 Definition

24) **Die Aussage „Man kann nicht nicht kommunizieren“ ...**

- (a) trifft zu, weil Kommunikation unvermeidbar ist
- (b) trifft zu, weil Watzlawick et al. Das empirisch bewiesen haben
- (c) trifft zu, weil der Mensch ein Animal Symbolicon ist
- (d) trifft nicht zu, weil Kommunikation ein Totalphänomen ist
- (e) trifft nicht zu, weil zwischen sozialem Verhalten und sozialem Handeln (kommunikativem Handeln) unterschieden wird
- (f) trifft nicht zu, weil alle Menschen kommunizieren können

e) S.34 Soziales Handeln + S.29 Definition > doppelte Intention

25) **Der Terminus „symbolische Interaktion“ geht zurück auf ...**

- (a) George Herbert Mead
- (b) Alfred Schütz
- (c) Alfred E. Neumann
- (d) Margret Mead
- (e) Paul Watzlawick
- (f) Max Weber

a) S.32

26) **Rauch ist ...**

- (a) ein Symbol für Feuer
- (b) eine Handlung des Feuers
- (c) ein Index für Feuer
- (d) eine Botschaft des Feuers
- (e) eine Information des Feuers
- (f) eine Folge des Feuers

c) S.24 Index-Definition f) Not in the book, but in your brain! (ok, just in case: S.22 Anzeichen)

27) **Semantik untersucht und beschreibt die Beziehung zwischen**

...

- (a) der Geschichte und der Geschichtsschreibung
- (b) einem Zeichen und anderen Zeichen
- (c) einem Zeichen und einem Objekt

- (d) zwischen Zeichen und Kommunikant
- c) Definition Semantik. Google ist dein Freund.

28) Nach Paul Watzlawick et al. weist interpersonale Kommunikation ...

- (a) einen Erzählaspekt
- (b) einen Wirkungsaspekt
- (c) einen Inhaltsaspekt
- (d) einen Genderaspekt
- (e) einen Bedürfnisaspekt
- (f) einen Belohnungsaspekt
- (g) einen Medienaspekt
- (h) einen Beziehungsaspekt
- (i) einen Reflexionsaspekt
- (j) einen Kausalaspekt

c) und h) S. 39 Palo-Alto Schule

29) Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht sind Medien ...

- (a) didaktisch aufbereitete Lehr- und Lernmittel
- (b) alle technischen Transport- und Verkehrsmittel
- (c) materielle Informationsspeicher
- (d) soziale Institutionen
- (e) soziale Organisationen
- (f) neutrale Vermittler von Botschaften
- (g) technisch basierte Zeichensysteme

d), e), g) > S.89 Zusammenfassung (+ Definition)

30) Das „Feldschema der Massenkommunikation“ von Gerhard Maletzke benennt die folgenden Faktoren des Kommunikationsprozesses:

- (a) Kommunikator
- (b) Thema
- (c) Rezipient
- (d) Redaktion
- (e) Medium
- (f) Content
- (g) Information
- (h) Sprecherrolle
- (i) Botschaft
- (j) Aussage
- (k) Signal

a), c), e), j) S.128

31) „Präsenzöffentlichkeit“ ist ...

- (a) die Öffentlichkeit nicht-kommerzieller Medien
- (b) eine andere Bezeichnung für Versammlungsöffentlichkeit
- (c) die jeweils aktuelle Öffentlichkeit
- (d) die Öffentlichkeit, die durch die Live-Berichterstattung des Rundfunks entsteht
- (e) die Öffentlichkeit im absolutistischen Staat

b) S.105

32) Welche normativen Anforderungen kennzeichnen nach Jürgen Habermas die „bürgerliche Öffentlichkeit“?

- (a) prinzipielle Gleichberechtigung aller Teilnehmer
- (b) prinzipielle Gleichgültigkeit gegenüber Normverletzungen
- (c) prinzipielle Gleichheit aller Meinungen
- (d) prinzipielle Problematisierbarkeit aller Themen
- (e) prinzipielle Gleichheit aller Medien
- (f) prinzipielle Unabgeschlossenheit des Publikums

a), d), f) S.106 Diskursmodell

33) In der technisch vermittelten interpersonalen Kommunikation...

- (a) ist der Beziehungsaspekt immer gestört, weil nonverbale Zeichen nicht übertragen werden
- (b) ist der Inhaltsaspekt gestört, weil es kein Feedback gibt
- (c) handeln Kommunikanten aufgrund von Medienregeln
- (d) werden fehlende nonverbale Zeichen zumindest teilweise ersetzt
- (e) ist der Meinungsaspekt stärker als bei der direkten Kommunikation

c), d) S.75 Zusammenfassung

34) Das „ABX“-Modell der Massenkommunikation stammt von...

- (a) Cindy & Bert
- (b) Shannon & Weaver
- (c) McCombs & Shaw
- (d) Westley & McLean
- (e) Bonnie & Clyde
- (f) Pfetsch & Raupp
- (g) Noelle & Neumann

d) S.126

35) **Medien wie Telefon, E-Mail und Brief ...**

- (a) verdrängen zunehmend die direkte Face-to-face-Kommunikation
- (b) werden selbst bald vollständig durch das Handy und SMS verdrängt
- (c) werden nur benutzt, wenn Face-to-face-Kommunikation nicht möglich ist
- (d) ergänzen die Face-to-face-Kommunikation
- (e) ersetzen das wechselseitige „Role taking“, weil die Vermittlung technisch zustande kommt
- (f) verdrängen die Massenmedien

c), d) S.83 implizit

36) **Für alle Medien der interpersonalen Kommunikation ...**

- (a) gelten dieselben Medienregeln
- (b) gelten jeweils spezifische Medienregeln
- (c) gelten überhaupt keine Regeln, weil ja individuell kommuniziert wird

b) S.73ff

37) **Die Aussage „In Maletzkes Feldschema der Massenkommunikation gibt es keinerlei Feedback zwischen Rezipient und Kommunikator“ ...**

- (a) trifft nicht zu
- (b) trifft zu

a) S.128 (oberer Pfeil R → K)

38) **Welche Kriterien sind nicht Bestandteil von Maletzkes Definition der Massenkommunikation?**

- (a) öffentlich
- (b) manipulativ
- (c) selektiv
- (d) gegen Entgelt
- (e) soziale Organisation
- (f) technische Medien
- (g) Medienregel
- (h) indirekt
- (i) disperses Publikum
- (j) einseitig

b), c), d), e), g) → Folie 37

39) Nach dem Kommunikationsmodell der sog. Münchner Zeitungswissenschaft ...

- (a) sind Ausgangspartner und Vermittlungspartner bei der Zeitkommunikation immer identisch
- (b) ist Massenkommunikation ein einseitiger Prozess
- (c) können Ausgangspartner zu Zielpartnern werden
- (d) werden Zielpartner später immer zu Ausgangspartnern
- (e) können Kommunikationspartner repräsentiert werden
- (f) ist alle Kommunikation soziale Zeit-Kommunikation
- (g) werden aus „Journalisten“ dann „Publizisten“, wenn sie Ausgangspartner und Vermittlungspartner in Personalunion sind
- (h) sind Rezipienten zugleich die Zielpartner der Kommunikation