

Daniel Ballmann

Authentische Kommunikation. Über die
Schaffung einzigartiger Inhalte im
massenmedialen Umfeld

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2015 GRIN Verlag
ISBN: 9783668469525

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/298658>

Daniel Ballmann

Authentische Kommunikation. Über die Schaffung einzigartiger Inhalte im massenmedialen Umfeld

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

A: VORSPANN

1. Kurzbeschreibung

Das Ziel dieser Master-Thesis ist es, einen Ansatz zur Schaffung von authentischer Kommunikation im massenmedialen Umfeld zu finden. Dieser Ansatz soll Medienschaffenden in die Lage versetzen, authentisch mit Rezipienten zu kommunizieren und einzigartige, hochqualitative Medienprodukte zu gestalten.

Zunächst werden philosophische und metaphysische Grundlagen zum Verständnis des Unterschieds zwischen der Subjekt-Objekt-Metaphysik und der Metaphysik der Qualität erarbeitet. Danach folgt eine Darstellung der im Kommunikationsalltag gebräuchlichen Gestaltungsmethoden, die sich allesamt im Rahmen der Subjekt-Objekt Metaphysik bewegen. Das letzte Kapitel versucht einen Gegenentwurf zu diesen Methoden zu gestalten, indem Kommunikation aus der Warte der Metaphysik der Qualität betrachtet wird.

Das Ergebnis ist eine Forderung zur Wiedereinführung von Werten und des Subjekts in unser Denken und der Reduktion von Rationalität zugunsten von Inspirationalität, die sich nicht aus Regeln sondern unmittelbarem Erleben speist.

Inhaltsverzeichnis

A: VORSPANN	I
Abbildungsverzeichnis	IV
Vorwort des Verfassers	V
Glossar	VII
B: HAUPTTEIL	8
1 Einleitung	8
1.1 <i>Darlegung des Problems</i>	8
1.2 <i>Forschungsfrage</i>	9
1.3 <i>Zielformulierung</i>	9
1.4 <i>These</i>	9
1.5 <i>Herangehensweise und Aufbau der Arbeit</i>	10
2 Vom Guten zur Wissenschaft: das Fundament der modernen Kommunikationswissenschaft	12
2.1 <i>Das Gute und das Wahre</i>	12
2.2 <i>Aristoteles, Kategorien und Rhetorik</i>	15
2.3 <i>Rationalismus – der subjektive Zweifel an der Welterfahrung</i>	18
2.4 <i>Empirismus – die unbeteiligte, objektive Welterfahrung</i>	21
2.5 <i>Immanuel Kant und Ästhetik</i>	24
3 Marketingkommunikation und integrierte Kommunikation	31
3.1 <i>Grundlagen der Marketingkommunikation</i>	31
3.2 <i>Die Regeln der Gestaltpsychologie</i>	33
3.2.1 <i>Das Gesetz der Prägnanz oder das Gesetz der guten Gestalt</i>	35
3.2.2 <i>Das Gesetz der Gleichartigkeit</i>	37
3.2.3 <i>Das Gesetz der Nähe</i>	38
3.2.4 <i>Das Gesetz der Geschlossenheit</i>	38
3.2.5 <i>Das Gesetz der Erfahrung</i>	38

3.3	<i>Die Aufmerksamkeitsgesetze</i>	39
3.4	<i>Die Regeln für verständliches Schreiben</i>	41
3.4.1	<i>Das Hamburger Verständlichkeitsmodell</i>	42
3.4.2	<i>Die Regeln der Schreibwerkstatt</i>	47
4	Authentische Kommunikation durch die Metaphysik der Qualität	52
4.1	<i>Die Suche nach Qualität</i>	52
4.2	<i>Romantische und klassische Qualität</i>	57
4.3	<i>Statische und dynamische Qualität</i>	60
4.4	<i>Der Verlust der Sinnlichkeit durch die Ratio</i>	63
4.5	<i>Kommunikation ohne Sinnlichkeit und Authentizität</i>	69
4.6	<i>Inspirationalität statt Rationalität – ein kommunikativer Gegenvorschlag</i>	76
4.7	<i>Die Richtung der Qualität</i>	79
4.8	<i>Eine authentische gestalterische Haltung mit Wert und Richtung</i>	84
5	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	89
ANHANG	92
A	<i>Quellenverzeichnis</i>	92
A1	<i>Literatur</i>	92
A2	<i>Multimedia</i>	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung I: Illustration zur Erkenntnistheorie von Immanuel Kant.....	26
Abbildung II: Tafel der Kategorien nach Immanuel Kant.....	27
Abbildung III: Fünf Schritte der Marketingkommunikation.....	31
Abbildung IV: Der Ablauf von Kommunikationsvorgängen.....	32
Abbildung V: Die Schnittmenge der Sprache.....	42
Abbildung VI: Die Dimension der Einfachheit.....	44
Abbildung VII: Die Dimension der Gliederung und Ordnung.....	45
Abbildung VIII: Die Dimension der Kürze und Prägnanz.....	45
Abbildung IX: Die sprachlichen Anforderungsstufen der Textverständlichkeit.....	48
Abbildung X: Die Checkliste der Schreibwerkstatt.....	50
Abbildung XI: Die Subjekt-Objekt-Metaphysik (SOM) mit Unterteilung in klassische und romantische Qualität.....	59
Abbildung XII: Die Metaphysik der Qualität.....	61
Abbildung XIII: Der Zug des Wissens.....	62
Abbildung XV: Der Prozess der Entfremdung und der Verlust der Sinnlichkeit.....	66
Abbildung XIV: Die Schnittmenge statischer Qualität.....	70
Abbildung XVI: Authentische Kommunikation.....	78
Abbildung XVII: Die Moralsysteme der Metaphysik der Qualität.....	82

Vorwort des Verfassers

Ich danke:

meinen Freunden und meiner Familie, die meine Vorträge über Qualität ertragen müssen;

Werner Abt, der mir Qualität gezeigt hat;

Danilo Clamer, der mir Freiheit gezeigt hat;

und Gisela Allgaier, die mir Arete gezeigt hat.