

Zeitschrift: Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (1976)

Heft: 3

Artikel: Untersuchung der Verstehbarkeit von Radio- und Fernseh-Sendungen

Autor: Bosshart, Louis

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-790439>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 08.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Untersuchung der Verstehbarkeit von Radio- und Fernseh-Sendungen

Louis Bosshart

Die Verstehbarkeit einer Aussage ist an sich nur die Hälfte der Verstehens-Probleme. Die andere Hälfte befasst sich mit dem Verständnis der Rezipienten, d.h. mit dem Vermögen von Rezipienten, Aussagen den Intentionen der Kommunikatoren gemäss aufzunehmen. Eine Aussage wird dann verstehbar genannt, wenn sie von Rezipienten eines bestimmten Verständnisniveaus im Sinne des Informierenden rezipiert werden kann. Rezipienten wiederum zeigen dann Verständnis, wenn sie eine gegebene Aussage in dem Sinne zu decodieren vermögen, in welchem sie codiert wurde. Bildet die Aussage den Forschungsgegenstand, dann spricht man von Verstehbarkeit. Handelt es sich um die Fassungskraft von Rezipienten, spricht man von Verständnis. Verstehbarkeit und Verständnis stehen in einem engen, untrennbaren Zusammenhang, der hier als Verstehen bezeichnet werden soll. Die Qualität des Verstehens ist demnach eine Funktion der Verstehbarkeit von Aussagen und dem Verständnis, das Rezipienten diesen Aussagen entgegenbringen. Beim Verstehen sind mehrere Faktoren im Spiel. Die wichtigsten sollen hier stichwortartig referiert und ihre Richtung wie Stärke nach Möglichkeit präzisiert werden:

- Bei den gegebenen Produktionsbedingungen der Massenmedien haben weder die gesprochene noch die geschriebene Sprache durchgehende Vorteile.
- Die Koordination von Bild und Sprache ist ein entscheidender Faktor für die Verstehbarkeit von Fernseh-Sendungen. Die sprachliche Information - obwohl meist Träger der entscheidenden Information - hinkt in der Regel etwas hinten nach. Sie ist schwerfälliger in Raum und Zeit. Das Bild muss also auf die Sprache warten.
- Die visuelle Komponente des Fernsehens vermag die Zuschauer mit derselben Information länger zu fesseln als der Ton des Radios.

Auf der andern Seite zieht das Bild aber auch Aufmerksamkeit ab.

- Die sprachliche Verstehbarkeit von Aussagen wird besonders von folgenden drei Variablen beeinflusst: Satzlängen, Satzkomplexität und Vokabular.
- Inhaltlich fallen folgende Komponenten am stärksten ins Gewicht:
 - konkrete Aussagen sind verständlicher als abstrakte;
 - dramatisierte oder personifizierte Aussagen werden besser verstanden als solche, die sich der persönlichen Beobachtung entziehen;
 - je weniger Spezialkenntnisse eine Aussage verlangt, desto verstehbarer ist sie;
 - logisch aufgebaute Aussagen sind verständlicher als solche, denen die innere Kohärenz fehlt.
- Entscheidende Faktoren des Rezipienten-Verständnisses sind Bildung, Intelligenz und Beschäftigung der Rezipienten und zweitens ihr Wissen und Interesse.

Die Verstehbarkeits-Forschung wirft auch kommunikationspolitische Probleme auf. Sie gibt nämlich keine Antwort auf die Frage, wer, abgesehen von beruflich motivierten Kommunikatoren, letztlich an ihren Ergebnissen und deren Verwendung interessiert ist. Die Grenzen zwischen der Verstehbarkeit einer Aussage und ihrer Ueberredungskraft sind nicht klar auszumachen, denn wer versteht, wie andere verstehen, versteht es meist auch, diese verstehen zu machen. Können wir uns dies leisten? Auf der anderen Seite steht die Frage, ob die zu verstehenden Aussagen auch verstehenswert sind. Oder ist Nichtverstehen ein Teil selektiven Kommunikationsverhaltens, das Individuen gegen allzu aufdringliche Ueberredungsversuche missionarischer Kommunikatoren schützt?