

# Untersuchung der Verstehbarkeit von Radio- und Fernseh-Sendungen

Autor(en): **Bosshart, Louis**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales**

Band (Jahr): - **(1976)**

Heft 3

PDF erstellt am: **07.08.2024**

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

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## 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?