

**Departement für  
Kommunikationswissenschaft und Medienforschung DCM**

# Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens

Fribourg/Freiburg, 14.09.2021

1	Wissenschaftliches Referat.....	4
1.1	Aufbau des Vortrags .....	4
1.2	Auftritt .....	4
1.3	Visualisierungen .....	4
1.4	Handout.....	5
2	Wissenschaftliches Recherchieren .....	6
2.1	Übersicht über Bibliothekskataloge, Verzeichnisse und Datenbanken.....	6
2.2	Internet .....	6
2.3	Nachschlagewerke .....	7
2.3.1	Lexika und Wörterbücher.....	7
2.3.2	Handbücher .....	7
2.3.3	Abstracts .....	8
2.3.4	Bibliographien .....	8
2.3.5	Statistische Nachschlagewerke .....	9
2.4	Fachzeitschriften .....	9
2.5	Einführungen .....	10
3	Wissenschaftliches Zitieren.....	11
3.1	Wörtliches und sinngemässes Zitieren .....	11
3.1.1	Wörtliche Zitate .....	11
3.1.2	Sinngemässe Zitate .....	12
3.2	Angloamerikanische und deutschsprachige Zitierweise .....	12
3.2.1	Angloamerikanische Zitierweise (APA) .....	13
3.2.2	Deutschsprachige Zitierweise.....	13
3.3	Für beide Zitierweisen relevante Regeln .....	14

3.4	Vollständige bibliographische Angaben .....	14
3.4.1	Monographien .....	15
3.4.2	Sammelbände/Herausgeberwerke .....	15
3.4.3	Beiträge in Sammelbänden .....	16
3.4.4	Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften .....	16
3.4.5	Nicht publizierte wissenschaftliche Arbeiten.....	16
3.4.6	Zeitungsartikel und Beiträge in Magazinen .....	17
3.4.7	Zitate aus dem Internet.....	17
3.4.8	Zitieren von Gesetzestexten .....	18
3.4.9	Zitieren nicht schriftlicher Quellen.....	18
3.4.10	Zitieren von Grafiken, Tabellen und Illustrationen .....	18
3.4.11	Spezialfälle.....	20
4	Schriftliche wissenschaftliche Arbeiten .....	21
4.1	Vorgehen bei schriftlichen wissenschaftlichen Arbeiten .....	21
4.1.1	Wahl des Themas .....	21
4.1.2	(Lern-) Ziele einer Proseminararbeit.....	21
4.1.3	Vorgehen bei Proseminararbeiten .....	21
4.1.4	Vorgehen bei empirischen Arbeiten .....	22
4.2	Tipps zum Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit.....	22
4.2.1	Vorarbeiten und Materialsammlung.....	22
4.2.2	Fragestellung .....	23
4.2.3	Hypothesen und Forschungsfragen .....	23
4.3	Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit .....	23
4.3.1	Standardgliederung für empirische Forschungsarbeiten.....	23
4.3.2	Titelblatt .....	24
4.3.3	Inhaltsverzeichnis .....	24
4.3.4	Tabellen- und Abbildungsverzeichnisse .....	25
4.3.5	Einleitung .....	25
4.3.6	Hauptteil.....	25
4.3.7	Zusammenfassung und Fazit .....	26
4.3.8	Literaturverzeichnis.....	26
4.3.9	Anhang.....	26
4.4	Wissenschaftliche Sprache .....	27
4.5	Formale Gestaltung.....	27

4.6	Darstellung von Ergebnissen in Tabellen und Grafiken.....	28
4.6.1	Grundsätzliches .....	28
4.6.2	Tabellen .....	28
4.6.3	Grafiken .....	30
5	Muster Proseminararbeit.....	31
6	Literaturverzeichnis .....	35
Anhang:	Signaturen in der BP2.....	36

# 1 Wissenschaftliches Referat

Ein wissenschaftliches Referat besteht aus dem mündlichen Vortrag, der durch Visualisierungen und ein Handout ergänzt wird.<sup>1</sup>

## 1.1 Aufbau des Vortrags

*Gliederung:*

- Eine klare, einfache Struktur erleichtert dem Publikum das Zuhören.
- Den Einstieg in Thema möglichst attraktiv gestalten (z. B. mit einem prägnanten Beispiel oder einem aktuellen Bezug) – er muss das Interesse des Publikums wecken.
- Danach das Thema kurz vorstellen und den Aufbau des Vortrags erläutern.
- Beim Beginn eines neuen Abschnitts schaffen Einleitungen und Überleitungen einen roten Faden („Zuerst komme ich zu Punkt 1...; jetzt komme ich zum zweiten wichtigen Punkt...“).
- Am Ende die wichtigsten Punkte kurz wiederholen als Fazit.
- Mit „Danke für die Aufmerksamkeit“ oder einer ähnlichen Formulierung den Vortrag beenden.

*Allgemeines:*

- Weitschweifige Erklärungen und Exkurse sind zu vermeiden.
- Hauptsachen gehören in Hauptsätze.
- Mit Zahlen ist sparsam umzugehen; sie sollten möglichst auch optisch präsentiert werden.
- Das Publikum nicht mit zu vielen Folien überfordern.
- Vorgegebene Zeitlimiten sind unbedingt einzuhalten.
- ...und vor allem: Man sollte wissen, worüber man spricht! Das schafft Sicherheit bei Nachfragen.

## 1.2 Auftritt

- Sprechen: möglichst frei sprechen. Bei vorformulierten Texten (z.B. Kärtchen) ist der Blickkontakt mit dem Publikum zu suchen. Die Rede muss laut genug, nicht zu schnell und klar artikuliert sein.
- Körperhaltung: festen Stand suchen, auf die Hände achten (z.B. nicht in die Taschen).
- Richtung: zum Publikum sprechen und nicht zur Tafel, zum Projektor oder zu den Veranstaltern bzw. zum Dozentin / zur Dozentin.

## 1.3 Visualisierungen

- Arbeitsmittel zum Visualisieren sind Powerpoint, Folie, Video, Flipchart etc.
- Das Publikum braucht genügend Zeit, um die Inhalte zur Kenntnis zu nehmen.
- Visualisierungen müssen bis zur letzten Reihe lesbar sein (vorher testen).
- Vor dem Vortrag testen, ob die benötigten Geräte funktionieren.

---

<sup>1</sup> Vgl. dazu ausführlich Dahinden, U. et al. (2006). *Wissenschaftliches Arbeiten in der Kommunikationswissenschaft*. Bern: Haupt, 167–195.

- Nur die wichtigsten Inhalte bzw. die Kernaussagen visualisieren.
- Kurze Texte verfassen und keine VERSALIEN benutzen.
- Nicht zu viele Folien verwenden; Richtwert: 10 Minuten Vortrag = max. 5 (Text-) Folien.
- Folien gliedern den Vortrag und helfen dem Publikum bei der Orientierung.

#### **1.4 Handout**

- Umfang: 1 bis 2 Seiten
- Das Layout (Seitenränder, Schriftgrösse, Formatierungen) ist übersichtlich zu gestalten. Die Kopfzeile enthält Titel und den Namen des/der Dozierenden der Veranstaltung (z.B. Proseminar Medikunde, D. Beck), Angaben zum Semester (z.B. HS 11), Thema und Datum des Vortrags, Namen der Universität, Namen des Vortragenden.
- Aufbau: Die Gliederung des Handouts ist identisch mit der Gliederung des Vortrags.
- Inhalt: Das Handout enthält (in der Regel stichwortartig) die wichtigsten Aussagen, Fakten und Quellen des Vortrags. Dies sind die Voraussetzungen für eine fundierte Diskussion im Plenum.
- Transparenz: Wenn Studien vorzustellen sind, ist es wichtig, dass der Forschungsprozess bzw. das Vorgehen der empirischen Untersuchungen für das Publikum klar erkennbar ist.
- Begründung: Falls die Vortragenden sich einer wissenschaftlichen Meinung anschliessen, müssen sie darlegen, weshalb sie dieser und nicht einer anderen Beurteilung des Sachverhaltes zustimmen.
- Abgabe: An jeden Teilnehmenden ist ein Exemplar zu Beginn des Vortrags abzugeben.

## 2 Wissenschaftliches Recherchieren

Wissenschaftliches Arbeiten erfolgt regelgeleitet. Die grundlegenden wissenschaftlichen Kriterien der Systematik und Methodik finden auch auf formaler Seite ihre Entsprechung durch eine richtige und systematische Zitierweise und ein vollständiges Literaturverzeichnis. Voraussetzung dafür ist eine umfassende wissenschaftliche Recherche.

Um sich in ein Thema einzuarbeiten, ist es nötig, geeignete und aktuelle Literatur zu finden. Am besten sucht man parallel in Bibliothekskatalogen, im Internet, in Nachschlagewerken und in Zeitschriften.

*Beispiel:*

Gibt man die Begriffe „öffentliche Meinung“ als kombinierte Stichworte in den verschiedenen Katalogen ein, erhält man Hunderte bis Tausende von Einträgen. Viele dieser Einträge sind für die Themenstellung aber nicht relevant, andererseits wird ein Grossteil der relevanten Literatur bei dieser Recherche nicht gefunden.

Eine Kombination der verschiedenen Rechercheinstrumente ist also notwendig. Nachfolgend werden diese vorgestellt.

### 2.1 Übersicht über Bibliothekskataloge, Verzeichnisse und Datenbanken

Bibliothek	Internetadresse
Kantons- und Universitätsbibliothek Freiburg	<a href="https://bcufr.swisscovery.sisp.ch">https://bcufr.swisscovery.sisp.ch</a>
Bibliotheken der Romandie (RERO-Kataloge)	<a href="https://bib.rero.ch/">https://bib.rero.ch/</a>
Grösster schweizerischer Bibliotheksverbund	<a href="https://swisscovery.sisp.ch">https://swisscovery.sisp.ch</a>
Helveticat der Nationalbibliothek	<a href="http://www.nb.admin.ch">http://www.nb.admin.ch</a>
Weitere Kataloge in der Schweiz	<a href="https://swissbib.ch/search_de.html">https://swissbib.ch/search_de.html</a>
Elektronische Zeitschriften (Uni Regensburg)	<a href="http://ezb.uni-regensburg.de/ezeit/">http://ezb.uni-regensburg.de/ezeit/</a>
WISO-Datenbank (Datenbank über Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Beiträge)	<a href="http://www.wiso-net.de">http://www.wiso-net.de</a>
Factiva, Swissdox, NZZ-Archiv (Archivbestände von Zeitungen und Zeitschriften)	<a href="https://www3.unifr.ch/bp2/de/scuhen/biblio/journaux.html">https://www3.unifr.ch/bp2/de/scuhen/biblio/journaux.html</a>
Verzeichnis lieferbarer Bücher VLB (der Katalog listet alle käuflich erwerbbaeren deutschsprachigen Bücher auf)	<a href="http://www.buchhandel.de">http://www.buchhandel.de</a>
Weitere Datenbanken → siehe Liste der BP2	<a href="https://www3.unifr.ch/bp2/de/scuhen/digitale-bibliothek/">https://www3.unifr.ch/bp2/de/scuhen/digitale-bibliothek/</a>

### 2.2 Internet

Das Internet bietet neben dem Zugang zu den Bibliothekskatalogen und der Möglichkeit, Bücher zu bestellen, vielfältige Möglichkeiten zur thematischen Recherche. Aktuelle und archivierte Medienberichte sind genauso zugänglich wie Fachzeitschriften, informative Websites wissenschaftlicher Institutionen und Seiten mit amtlichen Quellen. Die Fülle der verfügbaren Informationen bedingt aber auch einen kritischen Umgang mit den Quellen – und nicht jede relevante Information ist auch online verfügbar!

**Bitte beachten:** Wikipedia ist keine wissenschaftliche Quelle! Dasselbe gilt für Buchkompilationen aus Wikipedia-Artikeln, wie sie von Verlagen der VDM-Gruppe (VDM Verlag Doktor Müller, Fastbook

Publishing, Doyen Verlag u. a.) oder von Books LLC angeboten werden. Bei vielen dieser scheinbar zitierfähigen Printpublikationen handelt es sich um unverändert übernommene Wikipedia-Artikel. Vorsicht geboten ist auch bei Haus-, Seminar- und Abschlussarbeiten, wie sie z. B. VDM, der GRIN-Verlag oder [www.hausarbeiten.de](http://www.hausarbeiten.de) zum käuflichen Download anbieten. Die Qualität solcher Publikationen bzw. die Richtigkeit ihrer Inhalte wird redaktionell nicht sichergestellt, weshalb sie als Quellen auch nicht zitiert werden sollten.

## 2.3 Nachschlagewerke

Um sich in ein Thema einzuarbeiten und die Flut von Literatur zu bewältigen, verschafft man sich am besten Übersicht in medien- und kommunikationswissenschaftlichen Nachschlagewerken. Dort sind nicht nur Begriffe, Konzepte oder Themen umrissen, sondern häufig auch Literaturangaben zu finden. Die wichtigsten Nachschlagewerke sind nachfolgend aufgeführt.

### 2.3.1 Lexika und Wörterbücher

Lexika und Wörterbücher bieten eine kurze Übersicht über wissenschaftliche Themen und Begriffe.

*Beispiele:*

Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Hrsg.) (2006). *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS.

Koschnick, W.J. (2004). *FOCUS-Lexikon Schweiz. Werbeplanung – Mediaplanung. Marktforschung – Kommunikationsforschung – Mediaforschung*. 2., neu bearb. u. erw. Aufl., München: Focus Magazin.

Kühner, A., & Sturm, T. (2001). *Das Medien-Lexikon: Fachbegriffe von A–Z aus Print, Radio, TV und Internet*. 2. Aufl., Landsberg/Lech: MI.

Noelle-Neumann, E., Schulz, W., & Wilke, J. (Hrsg.) (2004). *Das Fischer Lexikon: Publizistik, Massenkommunikation*. 3. Aufl., Frankfurt a.M.: Fischer.

Pflaum, D., Bäuerle, F., & Laubach, K. (2002). *Lexikon der Werbung*. 7., überarb. und aktual. Aufl., München: Moderne Industrie.

Posewang, W., & Pape, M. (Hrsg.) (1996). *Wörterbuch der Medien*. Neuwied: Kriftel.

Roesler, A., & Stiegler, B. (Hrsg.) (2005). *Grundbegriffe der Medientheorie*. München: Wilhelm Fink.

Rössler, P. (Hrsg.) (2017). *The International Encyclopedia of Media Effects*. Hoboken NJ: Wiley.

Schanze, H. (Hrsg.) (2002). *Metzler Lexikon Medientheorie, Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. Stuttgart: Metzler.

Sjurts, I. (2006). *Gabler Kompakt-Lexikon Medien*. Wiesbaden: VS.

Tsvasman, L.R. (Hrsg.) (2006). *Das grosse Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte*. Würzburg: Ergon.

### 2.3.2 Handbücher

Handbücher informieren umfassender als Lexika über ein bestimmtes Thema und stellen in knapper Form übergeordnete Zusammenhänge dar. Beiträge in Handbüchern liefern einen Überblick und sind geeignet als Einstiegslektüre in ein bisher unbekanntes Thema. Zu beachten sind jeweils Erscheinungsdatum und Ausrichtung eines Handbuchs (betr. Fachgebiet, Begrenzung des Themas).

#### *Beispiele:*

Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Hrsg.) (2003). *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS.

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2009). *Internationales Handbuch Medien 2009*. Baden-Baden: Nomos. [Überblick zu internationalen Medientrends und Medienlandschaften].

Jarren, O., Sarcinelli, U., & Saxer, U. (Hrsg.) (1998). *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Opladen: Westdeutscher Verlag. [Handbuch zum Themenbereich Medien und Politik].

Kirschner, J. (Hrsg.) (1997). *Fischer Handbuch Theater, Film, Funk und Fernsehen*. Frankfurt a. M.: Fischer [kulturwissenschaftlich ausgerichtet].

Leonhard, J.F., Ludwig, W., Schwarze, D., & Strassner, E. (Hrsg.) (1999–2002). *Medienwissenschaft. Ein Handbuch*. 3 Bände. Berlin: Walter de Gruyter [Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft].

Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK. [Überblick über die Lehr- und Forschungsfelder des Fachs – Kommunikatoren, Medieninhalte, Medienstruktur und Rezipienten – sowie über die Methoden der empirischen Kommunikationsforschung].

### **2.3.3 Abstracts**

Abstracts sind kurze Zusammenfassungen von wissenschaftlichen Arbeiten und erscheinen – ähnlich wie Zeitschriften – oft periodisch. Sie erlauben einen ersten Überblick über relevante Werke zum Thema und sind insbesondere dann hilfreich, wenn ein Originalwerk nur schwierig zu beschaffen ist. Auch in Fachzeitschriften finden sich meistens Abstracts neu erschienener Bücher (vgl. Kapitel 2.4).

#### *Beispiele:*

Communication Abstracts

Medienwissenschaft. Rezensionen. Reviews

### **2.3.4 Bibliographien**

So werden nach bestimmten Gesichtspunkten geordnete Druckschriftenverzeichnisse und Zusammenstellungen von Titeln zu einem Thema bezeichnet. Bibliographien erleichtern den Einstieg in die Literatursuche, enthalten aber nie die neueste Literatur. Daher müssen beim Bibliographieren stets auch andere Hilfsmittel benutzt werden. Am besten zur Informationssuche eignen sich periodisch erneuerte Bibliographien.

#### *Beispiele:*

Böckelmann, F. (1993). *Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990* (Schriften der Deutschen Gesellschaft für COMNET 10). Konstanz: UVK.

Holtz-Bacha, C., & Kutsch, A. (Hrsg.) (2002). *Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: VS.



### 2.3.5 Statistische Nachschlagewerke

Weitere wichtige Nachschlagewerke sind laufend erneuerte Verzeichnisse, die über die Auflage von Zeitungen und Zeitschriften oder die Einschaltquoten der elektronischen Medien Aufschluss geben. Ein grosser Teil dieser Informationen ist auch im Internet verfügbar, zum Beispiel die aktuellen Zeitungsauflagen in der Schweiz (AG für Werbemedienforschung (WEMF), <http://www.wemf.ch>) und Daten zur Radio- und Fernsehnutzung (Publica Data, <http://www.publicadata.ch>; SRF-Medienportal, <http://www.srf.ch/medien>). Amtliche Statistiken zur Schweizerischen Medienlandschaft gibt es auf den Websites des Bundesamtes für Statistik (<http://bfs.admin.ch>) und des Bundesamtes für Kommunikation (<http://www.bakom.admin.ch>).

### 2.4 Fachzeitschriften

Fachzeitschriften sind ein wichtiges und aktuelles Hilfsmittel beim Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit. Sie enthalten Aufsätze zu Einzelfragen der Forschung. Wichtige und neue Forschungsergebnisse werden zumeist zuerst in Zeitschriften veröffentlicht. Diese Zeitschriften sind die Diskussionsforen der Wissenschaftler. Hier lassen sich aktuelle fachliche Kontroversen beobachten.

Die meisten Zeitschriften enthalten einen Rezensionsteil. Rezensionen helfen dabei, Neuerscheinungen zu beurteilen. Oft gibt es daneben auch umfangreiche Verzeichnisse mit neu erschienenen Büchern, die (noch) nicht besprochen worden sind («Eingegangene Bücher»). Verschiedene Zeitschriften geben auch Beihefte heraus, die ein bestimmtes Thema vertieft behandeln.

Regelmässig erscheinende Register erleichtern die Suche nach bestimmten Artikeln. Ein Verzeichnis der Zeitschriftenaufsätze über elektronische Medien lieferte zudem das bis 2006 jährlich vom Westdeutschen Rundfunk (WDR) in Köln herausgegebene Dokument „Hörfunk und Fernsehen. Aufsatznachweis aus Zeitschriften und Sammelwerken“ (<http://www.netzwerkmediatheken.de/html/publik/publik.html#aufsatznachweis>).

Rezensionen werden nicht in systematischen Verzeichnissen gesammelt; eine Buchbesprechung in einer Zeitschrift ist in der Regel ein bis drei Jahre nach dem Erscheinen des Werks zu erwarten.

Neben medienwissenschaftlichen Zeitschriften sind in der Bibliothek Pérolles 2 auch Periodika von Organisationen der Medienschaffenden zugänglich, z. B. „Klartext“. In der Bibliothek Pérolles 2 (BP2) können nur jeweils die letzten Jahrgänge einer Zeitschrift konsultiert werden. Ältere Jahrgänge können über die Kantons- und Universitätsbibliothek bestellt werden.

Zu den gedruckten Exemplaren bieten die Fachzeitschriften z.T. einzelne Artikel oder ganze Ausgaben auch in elektronischer Form an (<http://rzblx1.uni-regensburg.de/ezeit/>, <http://www.unifr.ch/dcm/index.php?page=links>).

*Beispiele:*

- Communication Research
- European Journal of Communication
- Journal of Broadcasting and Electronic Media
- Journal of Communication
- Publizistik
- Medialex
- Studies in Communication Sciences
- Medien & Kommunikationswissenschaft
- Medien & Zeit
- Medienpsychologie
- Public Opinion Quarterly
- Media Perspektiven

## 2.5 Einführungen

Wenn man sich umfassend in ein Themengebiet einarbeiten möchte, sollte man das entsprechende Kapitel in einer kommunikationswissenschaftlichen Einführung lesen.

### *Beispiele:*

Beck, K. (2010). *Kommunikationswissenschaft*. 2., überarbeitete Auflage, Konstanz: UVK.

Bonfadelli, H., Jarren, O., & Siegert, G. (Hrsg.) (2010). *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. 3. Auflage, Bern: Haupt.

Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. 4. Aufl., Wien: Böhlau.

Burkart, R., & Hömberg, W. (Hrsg.) (2015). *Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung* (Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 8). 8. Aufl., Wien: new academic press.

Faulstich, W. (Hrsg.) (2004). *Grundwissen Medien*. 5., vollst. überarb. und erhebl. erw. Aufl., München: UTB.

Kunczik, M., & Zipfel, A. (2005). *Publizistik. Ein Studienbuch*. 2., durchgesehene und aktual. Aufl., Köln: Böhlau.

McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. 5<sup>th</sup> ed., London: Sage.

Maletzke, G. (1998). *Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Merten, K. (1998). *Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Grundlagen der Kommunikationswissenschaft*. Münster: LIT.

Merten, K., Schmidt, S.J., & Weischenberg, S. (Hrsg.) (1994). *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Weischenberg, S. (1998–2004). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation*. 3 Bände. Wiesbaden: VS.

### 3 Wissenschaftliches Zitieren

Bei wissenschaftlichen Arbeiten müssen alle fremden Einflüsse (Zitate, Meinungen, Erkenntnisse, Konzepte) nachgewiesen werden. Damit wird offen gelegt, auf welche Informationen sich die Ausführungen stützen. Zitate (= wörtliche oder sinngemässe Übernahmen einer Aussage) werden im Text als solche kenntlich gemacht.

#### 3.1 Wörtliches und sinngemässes Zitieren

Grundsätzlich lassen sich zwei Arten des Zitierens unterscheiden, nämlich das wörtliche und das sinngemässe. In den im Folgenden angeführten Beispielen wird die angloamerikanische Zitierweise verwendet (vgl. dazu die Zitierregeln in Kap. 3.2).

##### 3.1.1 Wörtliche Zitate

**Wörtliche Zitate** werden in Anführungs- und Schlusszeichen gesetzt und nach Möglichkeit mit einem Signalsatz eingeleitet, der den Kontext klärt. Mit dieser Art des Zitierens sollte man sparsam umgehen, d.h., wörtliche Zitate sollten prägnante und wichtige Aussagen beinhalten.

*Beispiele:*

Reinhold Horstmann übt an der Wissenskluffforschung Kritik: „Die bisherigen Hypothesen und Variablen, die modelltheoretische Perspektive und das zum Grossteil verwendete Querschnittsdesign führen in eine Sackgasse“ (Horstmann, 1991, 200).

Auch wenn die Wissenskluffforschung Antworten auf verschiedene Fragen der Kommunikationswissenschaft gibt, bleibt ihr Stellenwert ungeklärt, denn „die bisherigen Hypothesen und Variablen, die modelltheoretische Perspektive und das zum Grossteil verwendete Querschnittsdesign führen in eine Sackgasse“ (Horstmann, 1991, 200).

**Längere wörtliche Zitate** (vier Zeilen und mehr im Layout des Haupttexts) werden in einem eigenen Absatz, mit grösseren Einzügen von links und von rechts sowie mit vermindertem Zeilenabstand und Zeichengrösse angegeben.

*Beispiel:*

„Ganz offensichtlich ist es nicht dasselbe, ob der Leser des oben zitierten SZ-Artikels annehmen muss, Beck habe Putins Tschetschenien-Krieg legitimiert, oder ob er erfährt, Beck habe angeregt, solche Urteile einer internationalen Gerichtsbarkeit anheim zu stellen. Ein Rezipient, der die Rede Becks selbst nicht gehört hat, erhält einen völlig falschen Eindruck von Becks Intentionen und Ansichten. Das gilt analog für vergleichbare Fälle“ (Schönhagen, 2006, 507).

**Auslassungen** im wörtlichen Zitat werden mit [...] gekennzeichnet.

Reinhold Horstmann übt an der Wissenskluffforschung Kritik: „Die bisherigen Hypothesen [...] führen in eine Sackgasse“ (Horstmann, 1991, 200).

**Eigene Ergänzungen** im wörtlichen Zitat werden ebenfalls in eckige Klammern gesetzt. Zum Teil werden in diesen Klammern auch die Initialen oder der Name des Verfassers bzw. der Verfasserin ergänzt.

Reinhold Horstmann schreibt: „Die bisherigen Hypothesen und Variablen [der Wissensklufforschung], die modelltheoretische Perspektive und das zum Grossteil verwendete Querschnittsdesign führen in eine Sackgasse“ (Horstmann, 1991, 200).

Auch hier zeigt sich, dass die Rezipienten nicht nur die Fussballer an sich, sondern auch deren Umgebung wahrnehmen, indem „das Bewerten, ihrer [der Fussballer, H. K.] Aktionen und Handlungen, das Einschätzen der Spielsituation, die Antizipation von Spielzügen sowie des Spielverlaufs [...]“ die aufmerksame Wahrnehmung verlangt (Dohle/Schramm/Klimmt, 2004, 126).

**Eigene Hervorhebungen** werden als solche gekennzeichnet.

Reinhold Horstmann schreibt: „Die bisherigen *Hypothesen und Variablen* [der Wissensklufforschung], die modelltheoretische Perspektive und das zum Grossteil verwendete Querschnittsdesign führen in eine Sackgasse“ (Horstmann, 1991, 200; Hervorhebungen durch den Verfasser).

**Hervorhebungen im Original** werden übernommen und als solche gekennzeichnet.

Joachim Trebbe betont diesen Aspekt: „Werden Nachrichten häufig pauschal mit politischer Berichterstattung gleichgesetzt, so sind Talk-Shows sehr häufig mit dem Etikett *Klamauk, Voyeurismus und Human Touch* verbunden.“ (Trebbe, 2004, 55; Hervorhebungen im Original).

**Passagen in Anführungszeichen** innerhalb eines wörtlichen Zitats, sog. Zitat im Zitat, werden durch einfache Anführungszeichen (‘...’) markiert.

„Die vielfältigen Verflechtungen und die Expansion des Sports in den letzten Jahren werden im ‘magischen Dreieck’ aus Sport – Medien – Wirtschaft verständlich“ (Görner, 1995, 34).

### 3.1.2 Sinngemässe Zitate

Das Aneinanderreihen von wörtlichen Zitaten erfüllt nicht den Anspruch wissenschaftlichen Arbeitens. Deshalb sind die Gedanken, Meinungen, Forschungsergebnisse u.ä. anderer Autoren sinngemäss zu übernehmen, d.h. in eigene Worte zu fassen. Dabei ist zu beachten, die Inhalte des Originals unverfälscht wiederzugeben, also ohne sie zu interpretieren oder in verfälschende Kontexte zu stellen.

Sinngemässe bzw. indirekte Zitate werden nicht in Anführungszeichen gesetzt.

In der Quellenangabe (Klammer bzw. Fussnote) muss „vgl.“ (= „vergleiche“) stehen.

Bezieht sich ein ganzer Absatz in der Arbeit auf die gleiche Quelle, wird nur am Ende des Absatzes auf die Quelle verwiesen.

Laut Reinhold Horstmann führen die bisherigen Hypothesen der Wissensklufforschung in eine Sackgasse (vgl. Horstmann, 1991, 200).

## 3.2 Angloamerikanische und deutschsprachige Zitierweise

In den Sozialwissenschaften kommen unterschiedliche Zitierweisen vor: die angloamerikanische und die deutschsprachige. Beim Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit muss man sich für eine dieser Zitierweisen entscheiden und diese konsequent anwenden. Am Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung wird die angloamerikanische Zitierweise gemäss der Richtlinien der American Psychological Association (APA) bevorzugt (<http://www.apastyle.org>). APA Style setzt sich auch immer mehr als internationaler Standard durch.

### 3.2.1 Angloamerikanische Zitierweise (APA)

Im Anschluss an ein Zitat werden Verfassernachname(n), Jahr und Seitenzahl, von der zitiert wird, in Klammern hinter das Zitat eingefügt in der Form (*Name Jahr: Seite[n]*) bzw. (vgl. *Name Jahr: Seite[n]*).

Zwei Verfasser werden mit „&“ voneinander abgetrennt. Bei drei und mehr Verfassern wird nur der erste Verfassernachname mit der Ergänzung „et al.“ angegeben.

Die vollständigen bibliographischen Angaben werden nur im Literaturverzeichnis am Schluss der schriftlichen Arbeit aufgeführt. Bei Werken mit mehr als zwei Verfassern werden dort (und nur dort!) alle Verfasseramen angegeben.

Eine detaillierte Übersicht zu den Zitierregeln gemäss APA ist z.B. auf <https://www.ub.uio.no/english/writing-publishing/referencing/reference-styles/apa-6.pdf> für APA 6 oder auf [https://guides.library.uwa.edu.au/ld.php?content\\_id=48459791](https://guides.library.uwa.edu.au/ld.php?content_id=48459791) für APA 7 verfügbar.

Heiner Boehncke verfasst eine Checkliste, die davon ausgeht, „dass wissenschaftliches Schreiben in besonderem Masse mit Ärgernis und Versagensfantasien verbunden ist“ (Boehncke, 2000, 68).

Laut den Autoren haben Filme und Serien eine wichtige Funktion für die Positionierung der Programme (vgl. Weiss & Trebbe, 2000, 61).

Die Transparenzrichtlinie sei – gemäss Auskunft des BAKOM – bei der Ausarbeitung des neuen RTVG nie ein zentraler Aspekt gewesen (vgl. Beck et al., 2004, 99).

### 3.2.2 Deutschsprachige Zitierweise

Im Anschluss an ein Zitat wird eine Fussnote angebracht und die bibliographischen Angaben werden dort ausgeführt. Beim ersten Hinweis wird das zitierte Werk bibliographisch vollständig aufgeführt (vgl. Kapitel 3.4), mit Angabe der Seitenzahl der zitierten Stelle am Schluss.

Achtung: Bei Beiträgen aus Zeitschriften und Sammelbänden ergeben sich so zwei Seitenzahlenangaben: Zuerst die Seiten des Beitrags in der Zeitschrift/Sammelband, dann die zitierte Seite (vgl. nachfolgend Bsp. zu Fussnote 3).

Heiner Boehncke verfasst eine Checkliste, die davon ausgeht, „dass wissenschaftliches Schreiben in besonderem Masse mit Ärgernis und Versagensfantasien verbunden ist.“<sup>1</sup>

Laut den Autoren haben Filme und Serien eine wichtige Funktion für die Positionierung der Programme.<sup>2</sup>

Die Autoren belegen mit ihren Ergebnissen, dass sich die Ausrichtung der Politik in der Berichterstattung über die jeweiligen Kriege widerspiegelt.<sup>3</sup>

Beck stellt fest, dass „Sport [...] also zur Ware geworden [ist], und der Preis für diese Ware ist in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten stetig gestiegen.“<sup>4</sup>

---

1 Boehncke, Heiner (2000): Erfolgreich schreiben im Studium. Vom Referat bis zur Examensarbeit. Niederrhausen, S. 68.

2 Vgl. Weiss, Hans-Jürgen & Trebbe, Joachim (2000): Fernsehen in Deutschland 1998–1999. Programmstrukturen – Programminhalte – Programmentwicklungen. Berlin, S. 61.

3 Vgl. Maurer, Torsten, Vogelgesang, Jens, & Weiss, Hans-Jürgen (2005): Anti-Amerikanismus oder nationale Tendenz? In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM (Hrsg.). ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2005. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin, S. 119–137, hier S. 135.

4 Beck, Daniel (2001): Sportübertragung am Fernsehen. Vom Publikumsmagneten zum teuren Verlustgeschäft? In: Medienheft, 6. September 2001. URL: [http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16\\_BeckDaniel.pdf](http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16_BeckDaniel.pdf) (22.10.2002), S. 2.

**Jeder weitere Verweis** muss in abgekürzter Form wie folgt erfolgen:

[Vgl.] *Nachname1*[/*Nachname2*] *Erscheinungsjahr*, S. *Seitenzahl*. In der Kurzform wird bei drei und mehr Verfassern nur der erste Verfassernachname gefolgt von et al. angegeben

**Beispiele:**

- 
- 4 Boehncke 2000, S. 68.
  - 5 Vgl. Weiss & Trebbe 2000, S. 61.
  - 6 Vgl. Maurer et al. 2005, S. 135.

Wird das gleiche Werk auf der gleichen Seite der Arbeit zweimal unmittelbar nacheinander zitiert, kann der zweite Beleg mit „ebd.“ (wenn die Seitenangabe mit jener des vorangegangenen Belegs identisch ist) bzw. mit „ebd., S. xx“ erfolgen.

**Beispiele:**

- 
- 7 Boehncke 2000, S. 68.
  - 8 Vgl. ebd., S. 61.

### 3.3 Für beide Zitierweisen relevante Regeln

#### **Mehrere Quellen eines Autors aus dem gleichen Jahr:**

Werden in der Arbeit mehrere Werke des gleichen Autors aus dem gleichen Jahr zitiert, wird der Jahreszahl ein kleiner Buchstabe in aufsteigender Folge (a, b, c,...) angehängt:

Deutsch Kurzform: Boehncke, 2000a, S. 71.

Angloamerikanisch: (Boehncke, 2000a, 71)

#### **Zitierte Textstelle über mehrere Seiten:**

Wird eine Textpassage zitiert, die sich über mehrere Seiten erstreckt (was in der Regel sinngemäss erfolgt), gibt man die erste und die letzte Seite der Passage an, auf die sich das Zitat bezieht:

Deutsch Kurzform: Vgl. Boehncke, 2000, S. 71–73.

Angloamerikanisch: (vgl. Boehncke, 2000, 71–73)

In manchen deutschsprachigen Publikationen sieht man bei Belegen für Zitate über mehrere Seiten anstelle der Angabe der letzten Seite oft die Ergänzungen „f.“ oder „ff.“ für „folgende“ bzw. „fortfolgende“. Erstreckt sich das Zitat über zwei Seiten, wird „f.“ ergänzt (Beispiel: vgl. Boehncke, 2000, S. 68f.); „ff.“ verweist auf eine Fundstelle, die mehr als zwei Seiten umfasst (Beispiel: vgl. Boehncke, 2000, S. 68ff.). Allmählich setzt sich aber die Schreibweise mit erster und letzter Seite des verwendeten Bereichs international durch.

### 3.4 Vollständige bibliographische Angaben

Die vollständigen bibliographischen Angaben werden bei der angloamerikanischen Zitierweise im Literaturverzeichnis aufgeführt, bei der deutschsprachigen Zitierweise in der ersten Fussnote, in der die Quelle erwähnt wird, sowie im Literaturverzeichnis. Grundsätzlich müssen bei Monographien folgende Informationen vorhanden sein: Nachname und Vorname des Autors, Titel, Untertitel, Verlagsort und Erscheinungsjahr. Wird nicht aus Monographien zitiert, muss die Standardzitierweise angepasst werden. **Das Grundprinzip bleibt aber immer dasselbe!**

Die im Folgenden aufgeführten Zitierweisen orientieren sich an den APA-Vorgaben (Version 5).

### 3.4.1 Monographien

Name des Verfassers, Initial [, & Nachname2, Initial2] (Erscheinungsjahr). *Titel des Buches. Untertitel des Buches*. Verlagsort1: Verlag.

- Beihefte einer Zeitschrift werden wie Monographien in Reihen bibliographiert.
- Bei der vollständigen bibliographischen Angabe werden immer alle Autoren genannt und nicht durch et al. ersetzt.

*Beispiel:*

Woelke, J. (2004). *Durch Rezeption zur Werbung. Kommunikative Abgrenzung von Fernsehgattungen*. Köln: Herbert von Halem.

#### **Monographien in Reihen:**

Name des Verfassers, Initial [, & Nachname2, Initial2] (Erscheinungsjahr). *Titel des Buches. Untertitel des Buches* (Reihentitel). Verlagsort: Verlag.

- Reihentitel werden immer in Klammern gesetzt.

*Beispiel:*

Soukup, M. (1998). *Interaktives Fernsehen – Quo vadis?* (Berner Texte zur Medienwissenschaft 2). Bern: Institut für Medienwissenschaft.

#### **Neue Auflage:**

Name des Verfassers, Initial (Erscheinungsjahr). *Titel des Buches. Untertitel des Buches*. Auflage (abgekürzt), Verlagsort: Verlag.

- In fremdsprachigen Werken wird auch die Angabe der Auflage in die jeweilige Sprache übersetzt: „2<sup>nd</sup> ed.“ bei englischen Werken und „2<sup>e</sup> éd.“ bei französischen Werken.

*Beispiele:*

Magnus, U. (1975). *Massenmedien in der Prognose. Konzepte und Modelle für die Zukunft*. 2. Aufl., Berlin: Spiess.

Pürer, H. (1993). *Einführung in die Publizistikwissenschaft. Systematik, Fragestellungen, Theorieansätze, Forschungstechniken*. 5., überarbeitete Aufl., München: Ölschläger.

MacQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. 5<sup>th</sup> ed., London: Sage.

oder:

MacQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. London: Sage.

### 3.4.2 Sammelbände/Herausgeberwerke

Name des Herausgebers, Initial [, & Name2, Initial2] (Hrsg.). (Jahr). *Titel des Buches. Untertitel des Buches*. Verlagsort: Verlag.

- Herausgeberbände erscheinen aber fast **nie** alleine als Quellenangabe, da immer der zitierte Beitrag innerhalb des Bandes als Quelle angegeben werden muss. In diesem Fall wird der Herausgeberband selber **nicht** ins Literaturverzeichnis aufgenommen.
- Figuriert eine Institution als Urheberin eines Werkes, wird das Herausgeberkürzel ergänzt (Texte werden von Menschen geschrieben!).

*Beispiele:*

Schanne, M., & Schulz, P. (Hrsg.). (1993). *Journalismus in der Schweiz. Fakten, Überlegungen, Möglichkeiten*. Aarau: Sauerländer.

Schweizerische Bundesbahnen (Hrsg.). (1947). *100 Jahre Schweizer Bahnen*. Zürich: Fretz und Wasmuth.

### 3.4.3 Beiträge in Sammelbänden

Name des Verfassers des Beitrags, Initial [, & Name2, Initial2] (Jahr). Titel des Beitrags. Untertitel des Beitrags. In: Initial des Herausgebers Name des Herausgebers [, & Initial 2 Name2] (Hrsg.), *Titel des Buches*. *Untertitel des Buches* (Seitenangaben des gesamten Beitrags). Verlagsort: Verlag.

- Längere, mit einem Autorennamen versehene Artikel in Lexika werden wie Beiträge in Sammelbänden bibliographiert.
- Achtung: Beim erstmaligen Erwähnen eines Artikels in einer Fussnote (deutsche Zitation) werden die Seitenangaben des gesamten Beitrags *und* die Seite aufgeführt, auf der das Zitat zu finden ist: „..., S. 43–58, hier S. 54.“

*Beispiele:*

Holtz-Bacha, C. (1993). Frauen – auf der Agenda noch weit unten. In H. Bonfadelli, & W.A. Meier (Hrsg.), *Krieg, Aids, Katastrophen. Gegenwartsprobleme als Herausforderung der Publizistikwissenschaft. Festschrift für Ulrich Saxer* (S. 43–58). Konstanz: UVK.

Stroschein, F.-R. (1971). Plakat. In E. Noelle-Neumann, & W. Schulz (Hrsg.), *Das Fischer Lexikon Publizistik* (S. 216–220). Frankfurt a.M.: Fischer.

### 3.4.4 Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften

***Zeitschriften mit Jahrgang und durchnummerierten Seiten pro Jahrgang:***

Name des Verfassers des Beitrags, Initial [, & Name2, Initial2] (Jahr). Titel des Beitrags. Untertitel des Beitrags. *Titel der Zeitschrift, Jahrgang der Zeitschrift*(Heft-Nr.), Seitenangaben des gesamten Beitrags.

*Beispiel:*

Döring, N. (2003). Politiker-Homepages zwischen Politik-PR und Bürgerpartizipation. *Publizistik*, 48(1), 25–46.

- Achtung: Beim erstmaligen Erwähnen eines Artikels in einer Fussnote werden die Seitenangaben des gesamten Beitrags *und* die Seite aufgeführt, auf der das Zitat zu finden ist: „..., S. 264–290, hier S. 272.“

***Zeitschriften ohne Jahrgang:***

Name des Verfassers des Beitrags, Initial [, & Name2, Initial2] (Jahr). Titel des Beitrags. Untertitel des Beitrags. *Titel der Zeitschrift*, (Heft-Nr.), Seitenangaben des gesamten Beitrags.

*Beispiel:*

Nünlist, C. (1998). Werbekonjunktur zieht an. *Media Trend Journal*, (4), 56.

- Achtung: Beim erstmaligen Erwähnen eines Artikels in einer Fussnote werden die Seitenangaben des gesamten Beitrags *und* die Seite aufgeführt, auf der das Zitat zu finden ist: „..., S. 264–290, hier S. 272.“

### 3.4.5 Nicht publizierte wissenschaftliche Arbeiten

Name des Verfassers, Initial (Erscheinungsjahr). *Titel der Arbeit*. *Untertitel der Arbeit* (Art der Arbeit). Ort.



*Beispiel:*

Nydegger, E. (1992). *Baumi-Post – Leserschaftsbefragung. Ein Marketinginstrument auf dem Prüfstand* (unveröffentlichte Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg). Freiburg.

### 3.4.6 Zeitungsartikel und Beiträge in Magazinen

Auch bei solchen Quellen müssen alle Informationen aufgeführt werden, die notwendig sind, damit die Vorlage schnell wieder gefunden werden kann. Folglich müssen das genaue Erscheinungsdatum und eventuell die Ausgabennummer angegeben werden.

Beispiele:

Aebischer, P. (1999, 4. November). DiaMed ist fit für den Weltmarkt. Ein Grissacher Diagnostik-Unternehmen stellt die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft. *Freiburger Nachrichten*, 5.

Klose, R., & Hossli, P. (2005, 7. April). Internet: Ewig lockt das Web. *Facts*, (14), 128–131.

N.N. (2007, 1. April). Die Filzlaus. *Freiburger Nachrichten*, 3-4.

### 3.4.7 Zitate aus dem Internet

Der Verweis auf Dokumente aus dem Internet ist genauso aufgebaut wie alle anderen bislang vorgestellten Quellen, d.h., es wird zunächst der Autor, Jahr und Titel angegeben. Hinzu kommen die vollständige Internetadresse und das Abrufdatum. Zudem muss aus dem Beleg klar ersichtlich sein, um welche Textsorte es sich handelt (journalistischer Beitrag, wissenschaftlicher Aufsatz, Information von Unternehmen oder Verwaltungsstellen, Gesetzestext usw.). Der Beleg muss also die folgenden Elemente enthalten:

- Name des Verfassers des Internet-Dokuments; *falls dieser fehlt*: Titelzeile der Hypertextseite oder Name der Organisation/Institution, die für die Website verantwortlich ist.
- Erstellungsjahr oder Jahr der letzten Änderung; *falls diese Angaben fehlen*: „o.J.“.
- Titel, gegebenenfalls Untertitel des Internet-Dokuments; *falls diese Angaben fehlen*: Beschreibung der Website („Persönliche Homepage“, „Website der Firma“ usw.).
- bei Artikeln und Aufsätzen Verweis auf das Medium, in dem das Dokument publiziert wurde, und/oder weitere Angaben zu Art und Kontext der Publikation.
- Vollständiger URL (Uniform Resource Locator = Internet-Adresse).

Das Datum der Konsultation wird nur erwähnt, wenn die Website nicht datiert ist oder laufend aktualisiert wird.

Als Kurzbeleg im Text werden wie bei anderen Quellen nur noch Autor und Erstellungsjahr angegeben.

*Beispiele:*

Beck, D. (2001, 6. September). Sportübertragung am Fernsehen. Vom Publikumsmagneten zum teuren Verlustgeschäft? *Medienheft*. [http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16\\_BeckDaniel.pdf](http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16_BeckDaniel.pdf)

Honegger, J. (2000). *Senioren 2000. Eine neue Generation auf dem Weg zur Selbstverwirklichung. Eine Repräsentativumfrage unter 900 Personen von 50 bis 80 Jahren*. [http://www.dichter.ch/downloads/04-04\\_seniorenbroschuere.pdf](http://www.dichter.ch/downloads/04-04_seniorenbroschuere.pdf).

Osterloh, M., & Frey, B.S. (2008). *Anreize im Wissenschaftssystem*. [https://www.uzh.ch/iou/orga/ssl-dir/wiki/uploads/Main/Anreize\\_final\\_12.9.08.pdf](https://www.uzh.ch/iou/orga/ssl-dir/wiki/uploads/Main/Anreize_final_12.9.08.pdf).

### 3.4.8 Zitieren von Gesetzestexten

Gesetzestexte sind „Allgemeingut“ und können deshalb in Belegen vereinfacht angegeben werden. Notwendige Angaben sind bei der ersten Erwähnung die Artikelnummer, der Name des Gesetzes (mit Abkürzung), Entstehungsdatum bzw. Stand sowie, wenn vorhanden, die Identifikationsnummer des Gesetzes. Bei weiteren Erwähnungen kann eine Kurzform verwendet werden.

*Beispiel:*

Art. 27 des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 24.3.2006, SR 784.40.

Kurzform: Art. 27 RTVG.

### 3.4.9 Zitieren nicht schriftlicher Quellen

**Filme, Videofilme, CD-ROM und ähnliches:**

Name des Autors, Vorname (Erscheinungsjahr). Titel. Format (z. B. 8 mm, VHS, DVD, ...), Spieldauer. Produktionsort bzw. -land.

*Beispiel:*

Rückriem, G., & Stary, J. (2001). *Techniken wissenschaftlichen Arbeitens*. CD-Rom. Berlin.

**Fernseh- oder Radiobeitrag:**

Titel (ggf. Sendereihe). Sendeanstalt/Kanal (z. B. SF DRS, Radio Freiburg), Sendedatum. Name der zitierten Person oder des verantwortlichen Redaktionsmitglieds.

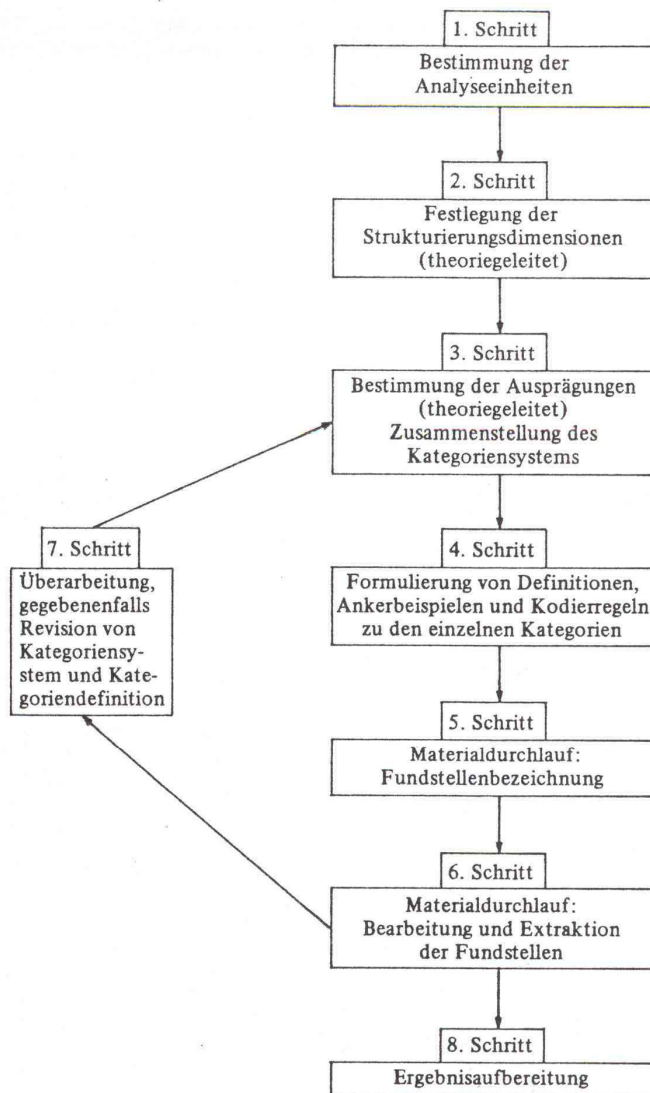
### 3.4.10 Zitieren von Grafiken, Tabellen und Illustrationen

Tabellen, Grafiken und Abbildungen sind fortlaufend zu nummerieren und mit Titel zu versehen. Diese Beschriftung ist für das Abbildungsverzeichnis zu übernehmen.

Grafiken, Abbildungen und Tabellen werden entweder oben oder unten beschriftet und betitelt, aber immer einheitlich (siehe Kap. 4.6). Bei aus anderen Werken übernommenen Grafiken und Tabellen muss die Quelle angegeben werden, und zwar gemäss den bisher aufgeführten Zitierregeln.

Beispiel:

**Abbildung 1:**  
**Ablaufmodell der strukturierenden Inhaltsanalyse**



(Quelle: Mayring, 2003, 84).

### 3.4.11 Spezialfälle

Um bei Quellen **verschiedener Autoren mit gleichen Nachnamen aus dem gleichen Jahr** Verwirrung zu vermeiden, werden beim wiederholten Zitieren neben dem Nachnamen auch die Initialen angegeben: W. Meier, 1994, 156.

Ist der **Herausgeber eines Werks eine Institution**, wird der Name beim ersten Zitieren in der deutschen Zitierweise und im Literaturverzeichnis ausgeschrieben und die Abkürzung in eckigen Klammern angefügt. Bei späteren Verweisen (und in APA) wird nur noch die Abkürzung genannt:

*Beispiel:*

Schweizerische Bundesbahnen [SBB] (Hrsg.) (1947). *100 Jahre Schweizer Bahnen*. Zürich, 33.

*in Kurzform:* SBB, 1947, 34.

Wenn der **Name des Autors bzw. der Autorin eines Werkes nicht bekannt** ist (bspw. bei nur mit Kürzeln gekennzeichneten Zeitungsartikeln), ist als Autorenname beim ersten Zitieren und im Literaturverzeichnis „N.N.“ (= nomen nescio = ich kenne den Namen nicht) aufzuführen. Beim wiederholten Zitieren ist der Titel massgebend.

*Beispiele:*

N.N. (2003). Tools mit Zukunft. Studie. *a3 ECO – Das Wirtschaftsmagazin*, (12), 50.

*in Kurzform:* Tools mit Zukunft, 2003, 50.

#### **Zitat im Zitat:**

Wird das wörtliche Zitat nicht aus der Originalquelle, sondern aus einer Sekundärquelle (einem anderen, öffentlich besser zugänglichen Werk, in dem sie zitiert ist) entnommen, so muss dieses Zitat im Zitat angegeben werden. Allerdings ist dies zu vermeiden, und es ist – wenn immer möglich – aus der Originalquelle zu zitieren.

In der Regel werden beide Quellen auch ins Literaturverzeichnis aufgenommen, und zwar unabhängig voneinander als eigenständige Einträge.

#### Deutsche Zitation

Bentele definiert PR als „das Management von Informations- und Kommunikationsprozessen zwischen Organisationen einerseits und ihren internen oder externen Umwelten (Teilöffentlichkeiten) andererseits.“<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Bentele, Günter (1997). Grundlagen der Public Relations. Positionsbestimmungen und einige Thesen. In: Donsbach, Wolfgang (Hrsg.). *Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen*. München, S. 21–36, hier S. 22–23, zitiert nach: Arnold, Klaus (2003). Propaganda als ideologische Kommunikation. In: *Publizistik*, Jg. 48, Heft 1, S. 63–82, hier S. 72.

#### Angloamerikanische Zitation

Bentele definiert PR als „das Management von Informations- und Kommunikationsprozessen zwischen Organisationen einerseits und ihren internen oder externen Umwelten (Teilöffentlichkeiten) andererseits“ (Bentele, 1997, 22–23, zit. nach Arnold, 2003, 72).

## 4 Schriftliche wissenschaftliche Arbeiten

- Eine wissenschaftliche Arbeit soll die Ergebnisse der eigenen Forschung in verständlicher Form präsentieren und deren kritische Überprüfung ermöglichen.
- Die wissenschaftliche Darstellung schafft bezüglich Quellenlage, Quellenberücksichtigung, angewandten Methoden und Darstellungsweise grösstmögliche Transparenz.
- Eine wissenschaftliche Arbeit soll die Forschung voranbringen. Zum wissenschaftlichen Fortschritt tragen zwei Arten von Analysen bei:
  - a) Primäranalyse: Es werden neue Quellen, Daten oder Fragestellungen erschlossen.
  - b) Sekundäranalyse: Bereits bekannte Quellen oder Daten werden mit neuen Fragestellungen oder anderen Methoden analysiert.
- Wissenschaft ist ein diskursives Verfahren, d.h., sie baut auf den Ergebnissen der bisherigen Forschung auf und setzt sich kritisch mit anderen Positionen auseinander.<sup>2</sup>
- Als Faustregel gilt: Eine gute kommunikationswissenschaftliche Arbeit enthält Aussagen zu den drei Bereichen Theorie, Methodik und (empirisches) Untersuchungsobjekt.
- Es ist Voraussetzung, sich zu Thema, Fragestellung, Theorie, Methodik und Untersuchungsobjekt vorab Gedanken zu machen und diese dann mit dem Dozenten / der Dozentin abzusprechen.

### 4.1 Vorgehen bei schriftlichen wissenschaftlichen Arbeiten

#### 4.1.1 Wahl des Themas

Für die Auswahl des Themas einer Arbeit sind gemäss Umberto Eco vier Faustregeln zu beachten:<sup>3</sup>

- Der Verfasser soll ein Thema wählen, das seinen Interessen entspricht.
- Die für die Arbeit benötigten Quellen müssen zugänglich sein.
- Der Verfasser muss mit diesen Quellen umgehen können.
- Der Verfasser muss den methodischen Anforderungen des Forschungsvorhabens gewachsen sein.

#### 4.1.2 (Lern-) Ziele einer Proseminararbeit

- Aneignung von Kenntnissen über ein Teilgebiet des Faches.
- Fähigkeit, selbständig Informationen zu einem Thema zu recherchieren und seine wesentlichen Aspekte präsentieren zu können.
- Einüben der formalen wissenschaftlichen Standards.
- Bestandsaufnahme und kritische Auseinandersetzung mit der Forschungsliteratur.

#### 4.1.3 Vorgehen bei Proseminararbeiten

1. Brainstorming, erste Themenstrukturierung.
2. Einlesen ins Thema, Formulieren der Fragestellung.
3. Literaturrecherche, Erarbeiten von theoretischem Bezugsrahmen und Forschungsstand.
4. Präzisierung der Fragestellung.

---

<sup>2</sup> Vgl. dazu ausführlich Andermann, U. (2006). *Wie verfasst man wissenschaftliche Arbeiten? Ein Leitfaden für das Studium und die Promotion*. Mannheim: Duden Bibliographisches Institut.

<sup>3</sup> Vgl. Eco, U. (2005). *Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften*. 11. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller, 14f.

5. Literaturanalyse und Auswertung mit Blick auf die Fragestellung.
6. Darstellung der Ergebnisse, inklusive Zusammenfassung und Fazit.
7. Korrekturlesen (möglichst auch durch eine dritte Person), Endredaktion, Abgabe.

#### **4.1.4 Vorgehen bei empirischen Arbeiten**

1. Brainstorming, erste Themenstrukturierung.
2. Einlesen ins Thema, Formulieren der Fragestellung.
3. Literaturrecherche, Erarbeiten von theoretischem Bezugsrahmen und Forschungsstand.
4. Präzisierung der Fragestellung, Formulieren von Forschungsfragen oder Hypothesen.
5. Methodenwahl, Operationalisierung, Beschreibung der Stichprobe, Pretest.
6. Datenerhebung.
7. Aufbereitung, Analyse und Auswertung der Daten mit Blick auf die Fragestellung.
8. Darstellung der Ergebnisse, inklusive Zusammenfassung und Fazit.
9. Korrekturlesen, Endredaktion, Abgabe.

## **4.2 Tipps zum Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit**

### **4.2.1 Vorarbeiten und Materialsammlung**

#### ***Erste Schritte:***

- Arbeitsplan erstellen (inkl. vorläufigem Terminplan);
- Literaturrecherche;
- Materialsammlung und „Einlesen“.

#### ***Zur Literatursuche und -verarbeitung:***

- Erste Themenstrukturierung: Mit Hilfe von Fachlexika, Handbüchern und Einführungen lässt sich das Thema präzisieren und eingrenzen.
- Überblick über den Forschungsstand verschaffen: Titel, Autor, Erscheinungsjahr, Auflage, Inhaltsverzeichnis, Klappentexte und allfällig vorhandene Rezensionen liefern erste Hinweise.
- Schnelles Lesen: Das Buch durchblättern und beurteilen, welche Kapitel eine nähere Betrachtung wert sind. Besonders zu beachten sind in jedem Fall Vorwort und Einleitung (diese enthalten die Fragestellung, einen Inhaltsüberblick und eine Übersicht über den Forschungsstand) und der Schluss (hier werden die wichtigsten Ergebnisse und ungelöste Probleme genannt). Auch Tabellen und Grafiken können einen ersten Eindruck vom Inhalt des Buches vermitteln.
- Intensives Lesen und Exzerpieren: Die wesentlichen Argumente aus dem Text werden auf Papier festgehalten, immer mit der Angabe der Seitenzahl, wo sie zu finden sind. Nur ganz prägnante Passagen werden wörtlich übernommen. Wörtliche Zitate werden mit Anführungszeichen markiert, damit sie als solche wieder erkennbar sind. Damit die Ablage der Exzerpte vereinfacht wird, sollte jedes Werk auf getrennten Blättern exzerpiert werden, und es wird empfohlen, eine Datenbank bzw. Excel-Datei zu erstellen.
- Fragestellung formulieren.
- Material ordnen und stichwortartig zusammenfassen, ev. Forschungsfrage anpassen.

#### 4.2.2 Fragestellung

Die Fragestellung sollte klar formuliert sein und einen aktuellen Bezug haben. Zudem sollte sie im Rahmen der geplanten Arbeit zu beantworten sein. Deshalb darf die Fragestellung nicht zu allgemein formuliert sein.

*Beispiele:*

Welche Parallelen und Unterschiede gibt es zwischen der Pressefreiheit in Japan und Russland?

Tragen Alternativradios zur Schweizer Medienvielfalt bei? Eine Untersuchung am Beispiel von *Radio RaBe*.

Welche Expansionsstrategien entwickeln Medienunternehmen? Das Beispiel des Verlags *Ringier AG* in Tschechien.

#### 4.2.3 Hypothesen und Forschungsfragen

- Hypothesen werden aus der Theorie und dem Forschungsstand abgeleitet, nachdem die zentralen Begriffe definiert worden sind. Hypothesen sind also keine einfachen Vermutungen. Sie müssen überprüfbar und falsifizierbar sein und dürfen nicht als Werturteile formuliert sein.
- Hypothesen sind Aussagen über Zusammenhänge von Merkmalen. D.h., in sozialwissenschaftlichen Texten macht eine Hypothese in der Regel eine Aussage über den Zusammenhang zwischen sozialen Merkmalen bzw. über die Beziehung zwischen zwei (oder mehreren) Variablen.<sup>4</sup>
- Wenn sich aus Theorie und Forschungsstand keine Hypothesen ableiten lassen, müssen stattdessen offene Forschungsfragen zu den Aspekten der geplanten Untersuchung formuliert werden.

Beispiele für unwissenschaftliche / wissenschaftliche Aussagen (Hypothesen):

Es gibt Zuschauer, die Alpträume bekommen, wenn sie Horrorfilme sehen.

Gott straft Zuschauer, die Horrorfilme sehen, mit Alpträumen.

**Kinder bekommen Alpträume, wenn sie Horrorfilme sehen.**

Beispiel für eine wissenschaftliche Forschungsfrage zum gleichen Thema:

Wie reagieren Kinder, wenn sie Horrorfilme sehen?

#### 4.3 Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit

Jede schriftliche Arbeit enthält ein Titelblatt, ein Inhaltsverzeichnis, eine Einleitung, einen gegliederten Hauptteil, eine Zusammenfassung samt Fazit sowie ein Literaturverzeichnis; bei manchen Arbeiten ist auch ein Anhang sinnvoll.

##### 4.3.1 Standardgliederung für empirische Forschungsarbeiten

*Inhaltsverzeichnis (ggf. auch Abbildungs- und Tabellenverzeichnisse)*

###### 1 Einleitung

- Problemstellung: wissenschaftliche Formulierung des Untersuchungsproblems und gesellschaftliche Relevanz der Arbeit
- Fragestellung
- Grobe thematische Einordnung, Forschungskontext, Abriss zum Vorgehen (Methode, Untersuchungsmaterial)
- Aufbau der Arbeit

---

<sup>4</sup> Vgl. Diekmann, A. (2001). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 7. durchgesehene Aufl., Hamburg: Rowohlt, 107.

## 2 Theorie und Forschungsstand [inhaltlichen Titel vergeben]

- Darstellung der für das Themengebiet/den Untersuchungsgegenstand relevanten Theorien
- Forschungsergebnisse/Stand der bisherigen Forschung zum Thema (und zu verwandten Themengebieten und Untersuchungsgegenständen)
- Aufzeigen von Forschungslücken und Ableitung der Fragestellungen und ggf. (Hypo-)Thesen, ggf. Modellbildung [auch möglich zu Beginn von Kapitel 3]

## 3 Methode und Konzeption

- Forschungsdesign: Zeitdimension und Varianzkontrolle; Angabe über Vollerhebung, Stichprobe oder Fallauswahl
- Datenerhebung: Operationalisierung/Beschreibung Erhebungsinstrument; Reliabilität und Validität; je nach Methode Pretests, Quellenkritik oder Angaben zur Erhebung (z.B. bei Interviews)
- Datenauswertung: Auswertungsstrategien und Darstellung des Vorgehens

## 4 Ergebnisse [ggf. inhaltlichen Titel vergeben]

- ggf. Beschreibung von Population und Stichprobe
- Darstellung der Ergebnisse [ggf. inhaltlichen Titel vergeben], inkl. Tabellen/Abbildungen
- Interpretation der Ergebnisse [ggf. inhaltlichen Titel vergeben] vor dem Hintergrund der Theorie und des Forschungsstandes, inkl. Beantwortung Forschungsfragen und (Hypo-)Thesen

## 5 Konklusion

- Zusammenfassung der zentralen Befunde der Arbeit
- Diskussion der Relevanz der Ergebnisse und von Implikationen und Ausblick für Wissenschaft (weitere Forschung) und Praxis
- Kritik der Arbeit (methodisch, inhaltlich etc.)

## Literatur

- Ausschliesslich in der Arbeit zitierte Literatur (korrekt und einheitlich!)

## Anhang

- Tabellen und Abbildungen (die aus Relevanz- und Platzgründen nicht im Ergebnisteil sind), Erhebungsinstrumente, Transskripte etc.

### 4.3.2 Titelblatt

Das Titelblatt umfasst den Namen des Departements und der Universität, die Art der Arbeit (z.B. Proseminararbeit), den Titel des betreffenden Seminars, den Namen des Dozierenden, den Titel der Arbeit, ev. einen Untertitel, das Datum der Einreichung sowie den Namen, die Postadresse, E-Mail-Adresse und Studierendenummer des Verfassers/der Verfasserin.

Grafische Abbildungen auf der Titelseite sind sinnvoll, sofern sie sich unmittelbar auf das Thema beziehen. In jedem Fall muss die Quelle der Abbildung an geeigneter Stelle (z.B. in einem besonderen Abschnitt des Quellen- und Literaturverzeichnisses oder nach dem Inhaltsverzeichnis) angegeben werden. Der Titel der Arbeit soll kurz und präzise sein und den Kern des Themas wiedergeben.

### 4.3.3 Inhaltsverzeichnis

Das Inhaltsverzeichnis weist die Kapitel und Unterkapitel mit den zugehörigen Seitenzahlen auf. Die Gliederung soll übersichtlich und logisch nachvollziehbar sein. Es empfiehlt sich, die einzelnen (Unter-) Kapitel dezimal zu nummerieren – immer ohne Punkt am Ende (1, 1.1, 1.1.1, 1.1.2, 1.2, 2, 2.1, 2.1.1 usw.). In der Regel besteht ein Kapitel aus max. als vier Ebenen (1.1.1.1). Unterkapitel behandeln einen spezifischen Aspekt eines Kapitels.

Dabei muss es auf jeder Ebene immer mind. 2 Unterkapitel geben – sonst darf kein eigenes Unterkapitel angelegt werden. D.h. wenn es 1.1 gibt, muss es auch 1.2 geben.



Wichtig: Die Kapitelüberschriften sind prägnant zu formulieren. D.h., sie dürfen nicht „Theorie und Forschungsstand“ bzw. „Empirie“ lauten, sondern sollten den Inhalt des jeweiligen (Unter-) Kapitels vermitteln.

*Beispiel:*

- 2 DDR-Fernsehen
- 2.1 Programmstruktur des DDR-Fernsehens bis 1985
- 2.2 Nachrichtensendungen des DDR-Fernsehens

#### **4.3.4 Tabellen- und Abbildungsverzeichnisse**

Tabellen- und Abbildungsverzeichnisse sind nur bei längeren Arbeiten und ab mind. fünf Tabellen bzw. Abbildungen notwendig. Diese Verzeichnisse sind am besten direkt nach dem Inhaltsverzeichnis einzufügen. Auch sie müssen die entsprechenden Seitenzahlen enthalten.

#### **4.3.5 Einleitung**

Die Einleitung ist nicht mit einem Vorwort zu verwechseln. Zweck der Einleitung ist, die Themenwahl wissenschaftlich zu begründen und das weitere Vorgehen zu skizzieren. Deshalb enthält sie die Hinführung auf das gewählte wissenschaftliche Problem bzw. die Problemstellung, die Forschungsfrage bzw. die forschungsleitende Fragestellung, eine erste Einordnung in einen grösseren kommunikationswissenschaftlichen Kontext, Angaben zur Vorgehensweise und zum Aufbau der Arbeit sowie Informationen zur Materialauswahl und (bei empirischen Arbeiten) zur Methodenwahl. Material- und Methodenwahl werden dabei kurz umrissen. Wichtig: Persönliche Beweggründe für die Beschäftigung mit einem Thema haben in einer Einleitung nichts zu suchen!

#### **4.3.6 Hauptteil**

Der Hauptteil ist der Kern der wissenschaftlichen Arbeit. Er behandelt das gewählte Thema „trichterförmig“: vom Allgemeinen zum Speziellen. Der Hauptteil wird logisch in Teilbereiche gegliedert. Erst werden die relevante Theorie bzw. die Theorien sowie der entsprechende Forschungsstand präsentiert und mit Blick auf die eigene Forschungsfrage diskutiert.

Wichtig: Begriffsdefinitionen und Forschungsstand sind zwar wichtige Bestandteile einer wissenschaftlichen Arbeit, bilden jedoch *keine* eigenen (Unter-) Kapitel.

In **empirischen Arbeiten**, in denen mit Methoden der empirischen Sozialforschung Daten selbst erhoben werden, folgt dann der empirische Teil. In diesem sind zunächst die Forschungsfragen bzw. Hypothesen, die gewählte Methode, die Auswahl der Stichprobe und die Operationalisierung vorzustellen. Hier dürfen Angaben zur Grundgesamtheit und Stichprobe, zu den eingesetzten Erhebungsinstrumenten und -techniken und den verwendeten statistischen Verfahren nicht fehlen. Die zu untersuchenden Forschungsfragen und / oder aufgestellten Hypothesen sind anhand von sinnvoll und sorgfältig ausgewähltem Quellen- oder Datenmaterial zu analysieren. Es folgen – mit Rückgriff auf die Theorie – die Darstellung und die Diskussion der Ergebnisse. D.h., am Schluss werden die Ergebnisse bezüglich ihrer Bedeutung im Hinblick auf die Fragestellung bewertet.

Bei **theoretischen Arbeiten** (hierzu zählen auch Proseminararbeiten), die nicht auf selbst erhobenen empirischen Daten basieren, gibt es vielfältige Möglichkeiten zur Strukturierung des Hauptteils. Z.B. können bei Theorievergleichen verschiedene Ansätze nacheinander behandelt und anschliessend miteinander verglichen werden. Oder die Kapitel können nach Teilaspekten thematisch oder – bei historischen Abläufen – auch chronologisch geordnet werden. Grundsätzlich sollten in einer theoreti-

schen Arbeit alle Kapitel auf die zentrale Forschungsfrage ausgerichtet sein und die relevanten Theorien und Konzepte unterschiedlicher AutorInnen vorgestellt werden, indem die notwendigen Grundbegriffe, Prämissen und Haupthypothesen erklärt und empirische Belege sowie allfällige Kritikpunkte berücksichtigt werden.

Sowohl für **theoretische als auch für empirische Arbeiten** gilt:

- Damit die Argumentation wissenschaftlichen Ansprüchen standhält, darf die Arbeit keine Widersprüche enthalten und muss nachvollziehbar sein.
- Begründbarkeit: Ein wichtiger Grundsatz ist, dass die Auswahl der Fragestellung, der Theorie(n) und der Methodik sowie die Schlussfolgerungen logisch und transparent, d.h. nachvollziehbar *begründet* werden.
- Es müssen genügend unterstützende Einzelheiten ausgeführt werden, damit der Hauptgedanke entwickelt werden kann.
- Am Schluss grösserer Kapitel sind kurze Zusammenfassungen des Inhalts anzufertigen, um die Lesbarkeit und Nachvollziehbarkeit zu erhöhen.

#### **4.3.7 Zusammenfassung und Fazit**

In diesem Kapitel wird die gesamte Arbeit zusammengefasst: Fragestellung, Vorgehen, Theorie, Forschungsstand, Methode, Ergebnisse.

Die Ergebnisse und die Tauglichkeit des gewählten Vorgehens und der gewählten Methode sind kritisch zu diskutieren. Ein Fazit und ein Ausblick auf weitere Forschungsperspektiven schliessen dieses Kapitel ab.

#### **4.3.8 Literaturverzeichnis**

Im Literaturverzeichnis sind **alle** zitierten Quellen **alphabetisch** geordnet nach Familiennamen des Autors/der Autorin bzw. der Herausgeber aufzuführen. Wichtig ist eine einheitliche Bibliographierweise, die es erlaubt, die benutzten Werke bei Bedarf auch im Bibliothekskatalog leicht wieder zu finden. Dabei wird nicht nach Art der Veröffentlichung (Monographie, Zeitschrift, Internet) unterschieden.

Das Verzeichnis enthält neben dem Autorennamen den vollständigen Titel und Untertitel, den Erscheinungsort und das Erscheinungsjahr. Die Angabe von Ort und Jahr erlaubt es Interessierten, die Quelle leichter einordnen und vor allem besser finden zu können (siehe Kapitel 3.4).

Jeder Eintrag im Literaturverzeichnis wird mit einem Punkt abgeschlossen.

#### **4.3.9 Anhang**

Der Anhang enthält Arbeitsunterlagen, die verwendet wurden und für Dritte schwer oder überhaupt nicht zugänglich sind, aber zum besseren Verständnis und zur Nachvollziehbarkeit der Arbeit beitragen.

Dies sind zum einen Tabellen und Abbildungen, die aus Relevanz- und Platzgründen nicht im Ergebnisteil sind, zum anderen Untersuchungsinstrumente (Codebücher, Fragebogen, Leitfaden), Transskripte etc.

In der Arbeit muss an entsprechender Stelle, z.B. bei der Erwähnung von Ergebnissen oder Abbildungen, auf den Anhang hingewiesen werden.

*Beispiel:*

Männer nutzen das Internet häufiger und länger als Frauen (vgl. Grafik 17 im Anhang.).

Der Anhang ist zu gliedern und (allenfalls neu) zu paginieren. Diese Angaben sind auch im Inhaltsverzeichnis aufzuführen – oder der Anhang bekommt ein separates Inhaltsverzeichnis zu Beginn des Anhangs.

*Beispiel:*

11 Literaturverzeichnis .....	65
Anhang .....	69
Anhang 1: Kategoriensystem .....	69
Anhang 2: Codebuch.....	71
Anhang 3: Tabellen und Grafiken .....	78

#### **4.4 Wissenschaftliche Sprache**

Der wissenschaftlich-analytische Stil unterscheidet sich wesentlich von der Umgangssprache. Dies gilt vor allem für das Bewerten von Fakten und Zusammenhängen. Grundsätzlich gelten für wissenschaftliche Sprache folgende Regeln:

- In wissenschaftlichen Arbeiten drückt man sich kurz, einfach und präzise aus.
- Wichtige Aussagen gehören in Hauptsätze und nicht in Nebensätze.
- Präsens erhöht die Lesbarkeit.
- Die Sprache sollte möglichst aktiv sein;
- Die 1. Person Singular und Plural („ich“, „wir“) sind zu vermeiden; stattdessen lassen sich Passivkonstruktionen benutzen oder Formulierungen wie „hierzu ist festzuhalten“, „dem wäre noch hinzuzufügen“ oder „mit Nachdruck muss der Auffassung widersprochen werden“ u. ä.
- Fachbegriffe sind zu verwenden, aber keine unnötigen Fremdwörter.
- Der Stil ist sachlich, d.h. ohne persönliche Kommentare und Diskriminierungen.
- Abschwächende Ausdrücke wie „wohl“, „fast“ und „vermutlich“ zeigen Unsicherheit an und sind zu vermeiden.
- Ausdrücke wie „natürlich“ und „selbstverständlich“ sind unwissenschaftlich.

#### **4.5 Formale Gestaltung**

Zur Erleichterung der Lesbarkeit und der Korrekturarbeit gelten folgende Standards:

- Zeilenabstand von 1,5 Zeilen für den Haupttext, einfacher Zeilenabstand für den Fussnotentext und längere wörtliche Zitate;
- Blocksatz-Format;
- Seitenränder: mindestens 3,0 cm links und rechts sowie 2,5 cm oben und unten;
- Seitenzählung: Seite 1 ist die erste Textseite, d.h. in der Regel die Einleitung; Titelblatt und Inhaltsverzeichnis werden nicht nummeriert;
- Empfehlenswerte Schrift für den Haupttext: z. B. Times Roman in 12 Pt. oder Arial in 11 Pt. oder 12 Pt.;
- Überschriften werden fett oder unterstrichen gesetzt;

- Hervorzuhebende Wörter werden kursiv oder unterstrichen gesetzt;
- VERSALIEN (alle Wörter nur in Grossbuchstaben) sind sparsam zu verwenden;
- Anmerkungen am besten unten am Haupttext platzieren, d.h. auf der gleichen Seite wie die Textstelle, auf die sie sich beziehen. Denn Fussnoten sind lesefreundlicher als Endnoten, da sie lästiges Blättern ersparen.

## **4.6 Darstellung von Ergebnissen in Tabellen und Grafiken**

### **4.6.1 Grundsätzliches**

Tabellen und Grafiken dienen der exakten Information der Leser über die gewonnenen Ergebnisse. Sie müssen deshalb selbsterklärend und transparent sein, d.h. alle Informationen zum Verstehen der Tabelle/Grafik müssen in der Darstellung gegeben werden.

Sie müssen in der gesamten Arbeit einheitlich gestaltet, durchgehend nummeriert und gut lesbar sein. Bei mehr als drei Tabellen/Grafiken sollte es ein entsprechendes Abbildungs-/Tabellenverzeichnis mit Angaben der Seitenzahlen geben, das sich in der Regel zwischen dem Inhaltsverzeichnis und der Einleitung befindet.

### **4.6.2 Tabellen**

#### ***Tabellenformatierung***

Es sollen keine rohen SPSS-Outputs in der Arbeit abgedruckt werden. Um die im Folgenden genannten Kriterien bezüglich Tabellenbeschriftung und Tabellenaufbau optimal umzusetzen, empfiehlt es sich, die Tabellen in Excel oder einem anderen Tabellenkalkulationsprogramm aufzubereiten. Dazu legt man sich am besten eine Vorlage an, die man mehrfach verwenden kann.

#### ***Tabellenbeschriftung***

Tabellen müssen folgende Angaben enthalten:

- Tabellennummer
- Tabellentitel, ggf. Untertitel
- Bezugsrahmen/Datenbasis (wenn nicht bei allen Ergebnissen gleich, müssen die Unterschiede in Fussnoten erklärt werden, wenn z. B. eine bestimmte Altersgruppe nicht berücksichtigt wird und sich damit die Fallzahlen unterscheiden)
- Ggf. erklärende Anmerkungen

#### ***Tabellenaufbau***

Es sollte im gesamten Ergebnisteil (und im Anhang) ein einheitliches Tabellenlayout gewählt werden.

(1) Standardkopf: Wenn es die Fragestellungen nicht anders verlangen, ist ein einheitlicher Tabellenkopf zu bevorzugen, d. h. es befinden sich immer die gleichen Variablen/Gruppen im Kopf.

(2) Bei Einzelauswertungen, also wenn es keinen einheitlichen Tabellenkopf bei allen Tabellen gibt, steht die unabhängige Variable in den Spalten, die abhängige in den Zeilen.

Die Reihenfolge der Spalten und Zeilen muss inhaltlich sinnvoll erfolgen (z. B. absteigend nach Häufigkeit oder Relevanz etc.), sich aber nicht an die Codierung halten. Zeilen mit sehr kleinen Werten sollten, wenn es inhaltlich vertretbar ist, zu "Sonstiges" o. ä. zusammengefasst werden. Die Zeilen der Tabelle können auch mehrere Oberkategorien mit jeweils einzelnen Unterkategorien enthalten.

### ***Darzustellende Werte bei Tabellen***

Normalerweise werden nur Spaltenprozentage angezeigt, dabei wird nur max. eine Dezimalstelle angegeben. Die jeweiligen Fallzahlen der Spalten werden im Tabellenkopf angegeben. Die Werte sollen so gerundet werden, dass die Summe aller Werte 100% ergibt. In inhaltlich begründbaren Ausnahmefällen werden auch die absoluten Werte oder Zeilenprozentage angezeigt. Zeilenprozentage und Spaltenprozentage dürfen aber nie in einer Tabelle gleichzeitig verwendet werden. Die Gesamtsumme jeder Spalte wird immer in der untersten Zeile der Tabelle angegeben. Eine Gesamtspalte wird meist rechts mit angegeben, dies ist jedoch abhängig von den dargestellten Daten bzw. der Vergleichsperspektive.

Werden die Ergebnisse einer Kreuztabelle mit Hilfe eines **Chi<sup>2</sup>-Tests** auf ihre Signifikanz geprüft, werden in einer Fusszeile unter der Tabelle der Chi<sup>2</sup>-Wert, die Freiheitsgrade und das Signifikanzniveau [und nicht der SPSS ermittelte Sign.-Wert!] angegeben (und ggf., ob fehlende Werte, die sich in der Tabelle befinden, nicht in die Berechnung des Chi<sup>2</sup>-Tests eingeflossen sind). Beim **T-Test** werden der T-Wert, die Freiheitsgrade und das Signifikanzniveau [und nicht der SPSS ermittelte Sign.-Wert!] angegeben.

Werden nicht Häufigkeiten, sondern Mittelwerte in einer Tabelle dargestellt, muss auch die Standardabweichung mit angegeben werden. Ausserdem muss die Skala als Fussnote angegeben sein, um die Mittelwerte auch einordnen zu können. Mittelwerte werden bei diskreten Variablen max. mit einer Dezimalstelle, die Standardabweichung ebenfalls mit einer Dezimalstelle angegeben.

### ***Fehlende Werte***

Es ist von den betrachteten Daten und den darzustellenden Ergebnissen abhängig, ob fehlende Werte (bzw. "keine Angabe") in der Tabelle mit angezeigt werden oder nicht. Wenn man mit einem Standardauftritt mehrere Ergebnisse für dieselben Gruppen darstellt (z. B. Frauen/Männer), sollten die fehlenden Werte als eigene Zeile in der Tabelle angegeben werden, damit die Fallzahlen konstant bleiben.

Erfolgt eine konkrete Einzelauswertung bestimmter Zusammenhänge, können die fehlenden Werte aus der Darstellung/Auswertung entfernt werden.

### ***Verhältnis Text- und Anhangstabellen***

Im Ergebnisteil werden nur die wichtigsten Ergebnisse in Tabellen dargestellt, deren zentralen Werte auch im Text schriftlich nochmals aufgegriffen werden. Im Text werden die Werte zumeist als Zahl ohne Dezimalstelle dargestellt. Im Text ist ein Verweis auf die besprochene Tabelle einzufügen ("vgl. Tabelle 4"). Im Text muss auch auf Tabellen im Anhang mit Tabellenummer und Seitenzahl verwiesen werden ("vgl. auch Tabelle 25 im Anhang, S. 123").

Ergänzende Tabellen werden in den Anhang gestellt. Ebenso finden sich die Tabellen, die die Datenbasis für Grafiken darstellen, im Anhang.

### ***Wahl der Darstellungsart***

Tabellen werden verwendet, wenn viele genaue Ergebnisse dargestellt werden sollen. Grafiken dienen der besseren Veranschaulichung zentraler Ergebnisse. Grafiken können aber nicht so viele Information enthalten wie eine Tabelle.

### 4.6.3 Grafiken

#### ***Beschriftung von Grafiken***

Grafiken müssen folgende Angaben enthalten:

- Abbildungsnummer
- Abbildungstitel/ggf. Untertitel
- Bezugsrahmen/Datenbasis
- Ggf. erklärende Fussnoten
- Verweis auf Basistabelle zu den dargestellten Werten im Anhang
- Beschriftung der Achsen (Inhalt und Masseinheit) [wenn nicht aus dem Untertitel/Bezugsrahmen ersichtlich]

#### ***Darzustellende Werte bei Grafiken***

Auch Grafiken müssen selbsterklärend sein. Deshalb müssen auch bei Grafiken die Fallzahlen mit angegeben werden [n= ...]. Wenn nicht bei allen Ergebnissen gleich, müssen die Unterschiede in Fussnoten erklärt werden, wenn z. B. eine bestimmte Altersgruppe nicht berücksichtigt wird und sich damit die Fallzahlen unterscheiden.

Es ist allerdings nicht notwendig, alle dargestellten Werte auch als Zahl mit anzugeben. Hier ist zwischen notwendiger Information und Übersichtlichkeit abzuwägen. Werte innerhalb von Grafiken können auch ohne Dezimalstelle angegeben werden.

Genau überlegen, welche Art von Diagramm sich zur Darstellung der jeweiligen Daten eignet!

## 5 Muster Proseminararbeit

Auf den folgenden Seiten befindet sich das Beispiel einer Proseminararbeit, zur Orientierung für die Gestaltung von Titelblatt, Inhaltsverzeichnis, Einleitung und Zusammenfassung.

Universität Freiburg (CH)

Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Proseminar Medien, Kommunikation und schriftliches Arbeiten

Dozent: Hans Lehrer

HS 2012

# Faszination Telenovela

Eingereicht von:

Claudia Mustermann  
Freiburgstr. 17, 1700 Fribourg  
claudia.mustermann@unifr.ch

Studentennummer: 12-345-678

14. Februar 2013

## Inhaltsverzeichnis [Muster]

1	Einleitung und Problemstellung .....	1
2	Ursprung und Entwicklung der Telenovelas .....	2
3	Charakteristik der Telenovelas .....	3
3.1	Handlungsaufbau.....	3
3.2	Die Telenovela im Vergleich zur Soap-Opera .....	4
4	Das Publikum der Telenovelas .....	5
4.1	Brasilien .....	5
4.2	Deutschland .....	6
4.3	Deutsche Schweiz .....	6
5	Mögliche Gründe für die Beliebtheit der Telenovelas .....	7
5.1	Unterhaltung im Alltag .....	7
5.1.1	Alltagsroutine .....	8
5.1.2	Die Telenovela als Gesellschafterin.....	8
5.1.3	Telenovela gegen Langeweile .....	8
5.2	Identifikation mit der Handlung und den Figuren .....	9
6	Zusammenfassung .....	10
7	Literaturverzeichnis.....	12



# 1 Einleitung [Muster]

In Lateinamerika nimmt die Telenovela schon seit Jahrzehnten eine herausragende Position unter den Unterhaltungssendungen ein. Beliebte Telenovelas haben sensationelle Auswirkungen auf die Länder, in denen sie ausgestrahlt werden. So habe zum Beispiel Fidel Castro seine Versammlungstermine mit der Ausstrahlung einer brasilianischen Erfolgsnovela abgestimmt (vgl. Klindworth, 1995, 7-8). In Brasilien wurde 1990 Rios Karnevalparade um eine Stunde nach hinten verlegt, weil gerade die letzte Folge einer populären Telenovela lief (vgl. Machado-Borges, 2003, 7).

Doch weshalb sind die Telenovelas so beliebt? Um diese Frage beantworten zu können, wird in Kapitel 2 und 3 zuerst das Genre *Telenovela* genauer untersucht: Was ist der Ursprung der Telenovelas? Wie haben sie sich weiterentwickelt? Wie ist eine Telenovela aufgebaut und wie grenzt sie sich von anderen Unterhaltungssendungen ab?

Das Kapitel 4 beschäftigt sich mit dem Publikum der Telenovelas am Beispiel von Brasilien, Deutschland und der Deutschschweiz. An dieser Stelle geht es vor allem darum, die Beliebtheit der Telenovelas in Lateinamerika (am Beispiel von Brasilien) herauszustreichen. Weiter interessieren aber auch die Einschaltquoten in Deutschland und der Schweiz, um herauszufinden, ob und in welchem Mass die Telenovelas hier Fuss gefasst haben. Das 5. Kapitel behandelt schliesslich die zentrale Fragestellung dieser Arbeit: Welches sind denn die Gründe für die Beliebtheit der Telenovelas? Dieser Teil der Arbeit ist auf eine Studie von Gisela Klindworth (1995) gestützt, die anhand von Interviews in Mexiko die Faszination der Telenovelas untersucht hat. Im letzten Kapitel werden die Antworten auf die Forschungsfrage und die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit zusammenfassend dargestellt.

## 6 Zusammenfassung [Muster]

Das Ziel dieser Proseminararbeit war es, Antworten auf die Frage „Weshalb sind Telenovelas so beliebt?“ zu finden. Um mögliche Gründe für die Beliebtheit dieser Geschichten herauszuarbeiten, wurden zuerst die Herkunft der Telenovelas und deren Charakteristik untersucht. Fortsetzungsgeschichten waren in Lateinamerika schon im 19. Jahrhundert sehr beliebt, damals in Form von Romanen im Feuilleton der Zeitungen. Diese Erzählungen wurden mit dem Aufkommen von Radio und Fernsehen übernommen und es entstanden die Radio-, respektive die Telenovelas. Aufwändigere Produktionen mit Nahaufnahmen verhalfen den Telenovelas zu mehr Emotionalität, was schliesslich zum Charakteristikum dieser Erzählungen wurde.

Die Handlung der Novelas ist so aufgebaut, dass die ZuschauerInnen dazu animiert werden, die Geschichte bis zum Ende mitzuverfolgen. Die Cliffhangers am Ende jeder Folge und der Spannungsbogen, der während der ganzen Geschichte aufrechterhalten wird, sollen das Publikum dazu bewegen, am Tag darauf den Fernseher für die nächste Folge wieder einzuschalten.

Im vierten Kapitel wurden die Einschaltquoten bei Telenovelas am Beispiel von Brasilien, Deutschland und der Deutschschweiz erläutert. Die Publikumszahlen von bis zu 70% Prozent aller Haushalte mit Fernsehen zeigen den hohen Stellenwert der Telenovelas in Brasilien. In Deutschland und der Schweiz ist die Telenovela ein sehr neues Genre. Deshalb können die Einschaltquoten von lateinamerikanischen Ländern kaum mit jenen in Europa verglichen werden. Die wachsenden Zuschauerzahlen während der Ausstrahlung der ersten Telenovela „Bianca – Wege zum Glück“, die Produktion von weiteren Telenovelas und die vielen Homepages und Chatrooms zu den Novelas zeugen jedoch von grossem Interesse seitens des Publikums.

Anhand der Interviews, die Gisela Klindworth für ihre Dissertation zum Thema durchgeführt hat, wurde deutlich, dass die Telenovelas zum Alltag der Menschen in Mexiko dazugehören. Die Sendezeiten, die Erzählstruktur und die Inhalte unterstützen die Alltagsroutine der ZuschauerInnen und unterhalten und begleiten sie während Monaten. Ein wichtiger Punkt ist die Identifikation mit der Handlung und den fiktiven Figuren, die die Telenovela dem Publikum bietet. Die ZuschauerInnen können an den Gefühlen der Figuren teilhaben, sie miterleben, ohne jedoch direkt davon betroffen zu sein. Dies bietet den Menschen emotionale Abwechslung im Alltag.

Das zentrale Thema der Telenovelas sind Beziehungsstörungen. Praktisch alle Menschen hatten in ihrem Leben schon Erlebnisse zu diesem Thema. Man fühlt sich deshalb betroffen und nimmt Anteil. Die märchenhaften Happy-Endings der Geschichten hinterlassen ein gutes Gefühl und verleiten einen, an die ewig währende Liebe zu glauben.

## 6 Literaturverzeichnis

Andermann, U. (2006). *Wie verfasst man wissenschaftliche Arbeiten? Ein Leitfaden für das Studium und die Promotion*. Mannheim: Duden Bibliographisches Institut.

Dahinden, U., Neuron, A.C., & Sturzenegger, S. (2006). *Wissenschaftliches Arbeiten in der Kommunikationswissenschaft*. Bern: Haupt.

Diekmann, A. (2001). *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 7. durchgesehene Aufl., Hamburg: Rowohlt.

Eco, U. (2005). *Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften*. 11. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller.

## Anhang: Signaturen in der BP2

**AP1000–1900.....Kommunikationswissenschaft, Publizistik, Medienwissenschaft**

**AP1000.....Bibliographien, Sammelchriften und Sonstiges, Jahrbücher, Tagung**

**AP1225–1240.....Über die Medien- und Kommunikationswissenschaft (Organisationsform, Geschichte, usw.)**

- 1225 Allgemeines
- 1230 Medienwissenschaft
- 1235 Kommunikationswissenschaft
- 1240 Publizistik

**AP1260–1340.....Nachschlagewerke, Allgemeine Darstellungen, Biographien, Geschichte**

- 1260 Fachwörterbücher und Lexika
- 1275 Handbücher, Einführungen und Gesamtdarstellungen
- 1300 Biographien
- 1330 Geschichte der Kommunikation und der Medien (allgemeines)
- 1340 Sonstiges

**AP1350–1395.....Kommunikation, Publizistik und Medien aus theoretischer Sicht**

- 1350 Allgemeines, Grundlagen zu den Methoden und Theorien in den Medien- und Kommunikationswissenschaften
- 1365 Kommunikation, Publizistik und Medien aus der Sicht der Rhetorik
- 1370 Kommunikation, Publizistik und Medien aus der Sicht der Semiotik (Semiologie) und der Pragmatik
- 1375 Kommunikation, Publizistik und Medien aus der Sicht der Psychologie
- 1380 Kommunikation, Publizistik und Medien aus der Sicht der Soziologie (allgemein und verschiedenes)
- 1385 Kommunikation, Publizistik und Medien aus der Sicht der Soziologie (spezielles)
  - 13851 *Darstellungen von Gesellschaft und Kultur, Realitätskonstruktion*
  - 13852 *Organisationssoziologie (Netzwerke)*
  - 13853 *Interpersonale Kommunikation Interaktion*
  - 13854 *Öffentlichkeit (und soziale Bewegungen)*
  - 13855 *Identität und Multikulturalismus, Nord-Süd Beziehungen, Nationalismus*
  - 13856 *Soziale Kontrolle*
  - 13857 *Ethnomethodologie*
- 1395 Kommunikation, Publizistik und Medien aus der Sicht der Politologie

**AP1400–1445.....Beziehungen, Ausstrahlungen, Einwirkungen**

- 1400 Kommunikation, Medien und Gesellschaft
- 1405 Kommunikation, Medien und Öffentliche Meinung
- 1410 Kommunikation, Medien und Staat
- 1415 Kommunikation, Medien und Politik
- 1420 Kommunikation, Medien und Kirche
- 1425 Kommunikation, Medien und Erziehung
- 1430 Kommunikation, Medien und Erwachsenenbildung
- 1435 Kommunikation, Medien und Kultur
- 1445 Kommunikation, Medien, Werbung und Wirtschaft

**AP1450.....Mittel der Kommunikation (Sprache, Schrift, Bild, Ton, Bewegung, usw.)**

**AP1500–1586.....Formen der Kommunikation**

- 1500 Allgemeines, Theorie
- 1504 Optische Formen, Visuelle Kommunikation, Gebrauchsgraphik (für besondere Formen, wie z.B. Zeitung, siehe die entsprechenden Kategorien)
  - 15041 *Buch*
  - 15042 *Plakat, Flugblätter*
- 1550 Akustische Formen
- 1580 Mischformen
- 1584 Elektronisch unterstützte Formen, Internet
- 1586 Sonstiges

**AP1600–1635.....Fonction de la communication**

- 1600 Allgemeines
- 1610 Information, Meinungsbildung, Agenda Setting, Unterhaltung, usw.
- 1625 Soziale Orientierung (Sozialisation)
- 1635 Sonstiges

**AP1650–1680.....Publizistischer Markt**

- 1650 Publizistische Umfragetechniken (Meinungs-, Motiv-, Markt- und Wirkungsforschung, Statistik, usw.)
- 1680 Publizistische Beeinflussung

**AP1700–1712.....Publikum, Empfänger, Rezeption**

- 1700 Allgemeines
- 1704 Struktur, Analyse
- 1708 Verhalten
- 1712 Wirkung, Beeinflussbarkeit

**AP1720–1759.....Werbung, Propaganda, Public relations, usw.**

- 1720 Allgemeines, Geschichte
- 1736 Werbetypen (Politische und religiöse Werbung, Propaganda, Reklame)
- 1740 Werbeträger, Werbeagentur, Werbetätigkeit
- 1744 Aufmachung
- 1752 Psychologie und Soziologie der Werbung
- 1758 Wirkung
- 1759 Sonstiges zur Werbung

**AP1760–1772.....Medienwirtschaft, Kosten**

- 1760 Allgemeines
- 1772 Wirtschaftlichkeit, Rationalisierung, Medienkonzentration, Globalisierung

**AP1780–1796.....Nachrichtenwesen**

- 1780 Allgemeines
- 1784 Geschichte
- 1788 Nachrichtengewerbe
- 1790 Ethik
- 1792 Inhalt (Natur, Qualitätssicherung...)
- 1796 Nachrichtensammlung, -verarbeitung, -übermittlung

**AP1800 – 1855..... Elektronische Kommunikation und Informatik**

- 1800 Allgemeines
- 1810 Inhalt, Redaktion, Produzenten
- 1830 Öffentlichkeit
- 1842 Internetseiten, Blogs, Datenbanken, Verteilkanäle, RSS-Feeder, usw. (inkl. Layout, Gestaltung, Form der Darlegung)
- 1855 Sonstiges

**AP1880.....Medienrecht allgemein**

- 18801 Urheberrecht*
- 18802 Privatrecht*
- 18803 Wettbewerbsrecht*
- 18804 Verfassungs- und Verwaltungsrecht*
- 18805 Strafrecht*
- 18806 Verfahrensrecht*
- 18807 Arbeitsrecht*
- 18808 Ausländisches Recht*

**AP2000–2920.....Medien- und Kommunikationswissenschaften: Presse**

**AP2000.....Bibliographien, Sammelchriften, Nachschlagewerke, Handbücher, Einführungen**

**AP2320.....Pressegeschichte**

- 23201 Schweiz*
- 23202 Frankreich*
- 23203 Deutschland*
- 23204 Andere Länder*

**AP2350–2395.....Theorie und Methodik**

- 2350 Allgemeines
- 2355 Aufgabe, Funktion, Bedeutung der Presse
- 2365 Presse aus der Sicht der Psychologie
- 2370 Presse aus der Sicht der Soziologie
- 2395 Sonstiges

**AP2400–2445.....Beziehungen, Ausstrahlungen, Einwirkungen**

- 2400 Journalistik und Gesellschaft
- 2405 Journalistik und andere Massenmedien
- 2410 Journalistik und Staat
- 2415 Journalistik, Politik und Parteien
- 2420 Journalistik und Kirche
- 2425 Journalistik, Schule und Erziehung
- 2430 Journalistik und Erwachsenenbildung
- 2435 Journalistik, Kunst und Musik
- 2440 Journalistik und Literatur
- 2445 Journalistik und Wirtschaft

**AP2450–2498.....Zeitungstypologie**

- 2450 Allgemeines
- 2452 Geschriebene Zeitungen
- 2455 Elektronische Ausgaben (z. B. Online-Ausgaben, CD-ROM-Ausgaben)
- 2456 Tages- und Nachrichtenpresse
- 2458 Massen- und Sensationspresse
- 2460 Lokal- und Heimatpresse
- 2462 Neutrale Presse
- 2464 Verpfändete und Fachpresse
- 2498 Nebenausgaben, Kopfblätter, Regionalausgaben

**AP2500–2546.....Zeitschriftentypologie**

- 2500 Allgemeines
- 2506 Unterhaltung- und Familienblätter, Illustrierte
- 2510 Politische Zeitschriften, Parteizeitschriften
- 2532 Fachzeitschriften, Wissenschaftszeitschriften
- 2546 Sonstige Zeitschriften

**AP2550–2599.....Zeitungssparten**

- 2550 Allgemeines
- 2599 Verschiedene Zeitungssparten

**AP2600–2630.....Redaktion, Inhalt**

- 2600 Allgemeines
- 2610 Journalistische Tätigkeit
- 2625 Journalist (Herausgeber, Redakteur, Reporter, Korrespondent, Feuilletonist, Kritiker), Ausbildung
- 2630 Journalistische Unabhängigkeit

**AP2650–2690.....Zeitungsthemen und -inhalte**

- 2650 Allgemeines
- 2654 Ereignisse
- 2656 Personen, Institutionen, Minderheiten
- 2690 Sonstige Themen

**AP2700–2749.....Journalistische Aussageformen**

- 2700 Allgemeines
- 2704 Nachricht, Bericht, Information, Reportage, Interview
- 2708 Leitartikel, Kommentar, Glosse
- 2732 Leserbrief
- 2742 Illustration, Photographie
- 2744 Zeichnung, Karikatur
- 2749 Sonstige Aussageformen

**AP2750–2780.....Äußere und innere Gestaltung, Aussageziele**

- 2750 Allgemeines
- 2760 Äußere Aufmachung (Layout)
- 2770 Innere Gestaltung
- 2780 Aussageziele

**AP2800.....Leser**

**AP2840–2868.....Wirtschaft, Verlag, Vertrieb, Organisation**

2840 Wirtschaft Allgemeines, Organisation

28401 *Schweizer Presse*

28402 *Andere Länder*

2868 Anzeigen, Reklame, Werbung

**AP2880.....Herstellung und Druck**

**AP2900–2910.....Recht des Pressewesens**

2900 Presserecht, Allgemeines

2910 Pressefreiheit, Einschränkungen, Zensur

**AP3000–3900.....Medien- und Kommunikationswissenschaften: Hörfunk und Fernsehen**

**AP3000.....Bibliographien, Sammelchriften, Nachschlagewerke, Handbücher, Einführungen**

**AP3320.....Rundfunk- und Fernsehgeschichte**

33201 *Schweiz*

33202 *Frankreich*

33203 *Deutschland*

33204 *Andere Länder*

**AP3350–3394.....Theorie und Methodik**

3350 Grundlagen, Allgemeines

3362 Aufgabe, Funktion, Bedeutung der Radio/TV

3374 Radio/TV aus der Sicht der Psychologie

3378 Radio/TV aus der Sicht der Soziologie

3382 Radio/TV aus der Sicht der Kritik

3394 Sonstiges AP3400–3445 Beziehungen, Ausstrahlungen, Einwirkungen

3400 Hörfunk/Fernsehen und Gesellschaft

3405 Hörfunk/Fernsehen und andere Massenmedien

3410 Hörfunk/Fernsehen und Staat

3415 Hörfunk/Fernsehen, Politik und Parteien

3420 Hörfunk/Fernsehen und Kirche (Glaube, Religion, Geistigkeit)

3425 Hörfunk/Fernsehen, Schule, Erziehung, Universität

3430 Hörfunk/Fernsehen und Erwachsenenbildung

3435 Hörfunk/Fernsehen, Kunst und Musik

3440 Hörfunk/Fernsehen und Literatur

3445 Hörfunk/Fernsehen, Werbung und Wirtschaft

**AP3450–3499.....Arten des Hörfunks/Fernsehens**

3450 Allgemeines

3454 Staatsrundfunk

3458 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten

3462 Privater Hörfunk/Fernsehen

3499 Sonstiges



**AP3500–3516.....Sendung**

- 3500 Allgemeines
- 3504 Struktur, Form, Typen
- 3516 Programmt Themen und -inhalte

**AP3530–3598 Programme für bestimmte Kreise und Zwecke**

- 3530 Allgemeines
- 3534 Bildungsprogramme
- 3562 Sportberichterstattung
- 3566 Wirtschaftssendungen
- 3570 Werbesendungen
- 3574 Propagandasendungen
- 3598 Sonstige Sendungen (Reality-TV)

**AP3600–3699.....Aussageformen**

- 3600 Allgemeines
- 3608 Information, Nachricht, Reportage
- 3612 Kommentar, Glosse
- 3616 Gespräch, Interview, Diskussion
- 3628 Dokumentarsendung (z. B. Feature)
- 3632 Hör- und Fernsehspiel (Serie, Soapopera)
- 3636 Musiksendungen
- 3660 Unterhaltung
- 3676 Literarische Formen
- 3699 Sonstige Aussageformen

**AP3700–3724.....Redaktion, Inhalt**

- 3700 Allgemeines
- 3708 Journalistische Tätigkeit
- 3720 Rundfunk- und Fernsehjournalist (Redakteur, Moderator, Reporter, Conferencier)
- 3724 Journalistische Unabhängigkeit

**AP3730–3768.....Aufmachung und Gestaltung von Sendungen**

- 3730 Allgemeines
- 3732 Programmgestaltung
- 3734 Äußere Aufmachung
- 3742 Innere Gestaltung
- 3754 Aussagetechniken
- 3758 Aussageziele und Aussagefunktionen
- 3768 Bildtechnik

**AP3770.....Hörfunk- und Fernsehpublikum**

**AP3786.....Hörfunk- und Fernsehverwaltung (Organisation, Verwaltung, Betrieb, Wirtschaft)**

- 37861 SRG
- 37862 Lokalradios in der Schweiz
- 37863 Ausländische Radios

**AP3800–3807.....Technik**

- 3800 Allgemeines
- 3804 Hörfunktechnik
- 3806 Fernsehtechnik (Kabel, Satellit...)
- 3807 Neue Medien

**AP3870.....Hörfunk- und Fernsehrecht**

**AP3900.....Hörfunk und Fernsehen einzelner Länder und Anstalten**

**AP4000–5940.....Medien- und Kommunikationswissenschaften: Film**

**AP4000.....Bibliographien, Sammelschriften, Nachschlagewerke, Handbücher, Einführungen**

**AP4400.....Filmgeschichte**

**AP4500–4650.....Theorie, Methodik, Didaktik**

- 4500 Allgemeines
- 4510 Filmtheorie
- 4530 Semiotik
- 4540 Film als Kunstwerk, Ästhetik
- 4560 Film aus der Sicht der Psychologie
- 4570 Film aus der Sicht der Soziologie
- 4650 Sonstiges

**AP4660–4797.....Beziehungen, Ausstrahlungen, Einwirkungen**

- 4660 Allgemeines
- 4670 Film und Gesellschaft
- 4700 Film, Staat und Politik
- 4710 Film und Kirche (Glaube, Religion, Geistigkeit)
- 4720 Film und Jugend
- 4740 Film, Kultur und Kunst
- 4770 Film und Wirtschaft, Werbung
- 4790 Film und Technik
- 4795 Film und Sexualität
- 4797 Sonstiges

**AP4800.....Filmarten (schwarz/weiss, Tonfilm, Farbfilm, Zeichenfilm, usw.)**

**AP4880–4999.....Filmgattungen nach dem Zweck**

- 4880 Allgemeines und Unterhaltungsfilm
- 4910 Lehr- und Unterrichtsfilm
- 4940 Dokumentarfilm
- 4999 Sonstiges

**AP5000.....Filmthemen und Drehbuch**

**AP5080–5100.....Inszenierung und Regie**

- 5180 Allgemeines
- 5100 Einzelne Regisseure

**AP5150–5190.....Darstellung**  
    5150    Allgemeines  
    5190    Filmschauspieler

**AP5500.....Filmherstellung, Filmtechnik**

**AP5760.....Filmpublikum**

**AP5800.....Filmwirtschaft, Finanzierung, Organisation**

**AP5900–5920.....Recht**  
    5900    Allgemeines  
    5920    Zensur, Film und Jugendschutz

**AP5940.....Film in einzelnen Ländern**

**AP9000–9875.....Medien- und Kommunikationswissenschaften: Photographie**

**AP9000.....Bibliographien, Sammelchriften, Nachschlagewerke, Allgemeine Darstellungen**

**AP9400.....Geschichte**

**AP9450.....Grundbegriffe, Ästhetik**

**AP9500.....Beziehungen, Ausstrahlungen, Einwirkungen**

**AP9600.....Phototechnik, Ausrüstung**

**AP9650.....Photographieranleitungen, Aufnahmetechnik**

**AP9700.....Wissenschaftliche und angewandte Photographie**

**AP9875.....Wirtschaft und Recht**