

# Geleitwort des Reihenherausgebers

Das vorliegende Lehrbuch ist Teil der Lehrbuchreihe BWL Bachelor Basics. Dieses Buch sowie alle anderen Werke der Reihe folgen einem Konzept, das auf die Leserschaft – nämlich Studierende der Wirtschaftswissenschaften – passgenau zugeschnitten ist.

Ziel der Lehrbuchreihe BWL Bachelor Basics ist es, die zu erwerbenden Kompetenzen in einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiengang **wissenschaftlich anspruchsvoll**, jedoch zugleich **anwendungsorientiert** und **kompakt** abzubilden. Dies bedeutet:

- Ein hoher wissenschaftlicher Anspruch geht einher mit einem gehobenen Qualitätsanspruch an die Werke. Präzise Begriffsbildungen, klare Definitionen, Orientierung an dem aktuellen Stand der Wissenschaft seien hier nur beispielhaft erwähnt. Die Autoren sind ausgewiesene Wissenschaftler und Experten auf ihrem Gebiet. Die Reihe will sich damit bewusst abgrenzen von einschlägigen »Praktikerhandbüchern« zweifelhafter Qualität, die dem Leser vorgaukeln, Betriebswirtschaftslehre könnte man durch Abarbeiten von Checklisten erlernen.
- Zu einer guten Theorie gehört auch die Anwendung der wissenschaftlichen Erkenntnisse, denn Wissenschaft sollte kein intellektueller Selbstzweck sein. Deshalb steht stets auch die Anwendungsorientierung im Fokus. Schließlich verfolgt der Studierende das Ziel, einen berufsqualifizierenden Abschluss zu erwerben. Die Bücher haben diese Maxime im Blick, weshalb jedes Buch neben dem Lehrtext u. a. auch Praxisbeispiele, Übungsaufgaben mit Lösungen sowie weiterführende Literaturhinweise enthält.
- Zugleich tragen die Werke dem Wunsch des Studierenden Rechnung, die Lehr- und Lerninhalte kompakt darzustellen, Wichtiges zu betonen, weniger Wichtiges wegzulassen und sich dabei auch einer verständlichen Sprache zu bedienen. Der Seitenumfang und das Lesepensum werden dadurch überschaubar. So eignen sich die Bücher der Lehrbuchreihe Bachelor Basics auch hervorragend zum Selbststudium und werden ein wertvoller Begleiter der Lehrmodule sein.

Die Reihe umfasst die curricularen Inhalte eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiums. Sie enthält zum einen die traditionellen volks- und betriebswirtschaftlichen Kernfächer, darüber hinaus jedoch auch Bücher aus angrenzenden Fächern sowie zu überfachlichen Kompetenzen. Um auf neue

Themen und Entwicklungen reagieren zu können, wurde die Edition bewusst als offene Reihe konzipiert und die Zahl möglicher Bände nicht nach oben begrenzt.

Die Lehrbuchreihe Bachelor Basics richtet sich im Wesentlichen an Studierende der Wirtschaftswissenschaften an Hochschulen für angewandte Wissenschaften, an dualen Hochschulen, Verwaltungs- und Wirtschaftsakademien und anderen Einrichtungen, die den Anspruch haben, Wirtschaftswissenschaften anwendungsorientiert und zugleich wissenschaftlich anspruchsvoll zu vermitteln. Angesprochen werden aber auch Fach- und Führungskräfte, die im Sinne der beruflichen und wissenschaftlichen Weiterbildung ihr Wissen erweitern oder auffrischen wollen. Als Herausgeber der Lehrbuchreihe möchte ich mich bei allen Autorinnen und Autoren bedanken, die sich für diese Reihe engagieren und einen Beitrag hierzu geleistet haben.

Ich würde mich sehr freuen, wenn das ambitionierte Vorhaben, wissenschaftliche Qualität mit Anwendungsorientierung und einer kompakten, lesefreundlichen und didaktisch an die Bachelor-Studierenschaft abgestimmten Gestaltung zu kombinieren, dem Leser bei der Bewältigung des Bachelor-Lernstoffes hilfreich sein wird und es die Anerkennung und Beachtung erhält, die es meines Erachtens verdient.

Horst Peters

# Vorwort

Kommunikation ist selbstverständlich, kann aber auch wahnsinnig vielschichtig und komplex sein. Auch die dazugehörigen Kommunikationsmodelle zeichnen Adjektive wie »facettenreich«, »kompliziert« und manchmal, aber nur auf den ersten Blick, »trivial« aus. Denken in Modellen ist kein wissenschaftlicher Unfug von gestern, sondern Mittel zum Zweck, u. a. auch in der Praxis. Entgegen des im Volksmund populären Spruchs ist Kommunikation sicherlich nicht alles, kann aber, wenn sinnvoll eingesetzt, vieles bewirken!

Inspiriert wurde der Autor durch EMRICH 2008 (S. 43-78) und MERTEN 1999. Auch das vorliegende Lehrbuch versucht, die wesentlichen klassischen Kommunikationsmodelle kompakt zu erklären, jedoch mit besonderem Primärquellenbezug. Damit soll den Lesern der Einstieg in das eigenständige Literaturstudium vereinfacht werden. Denn wer ein solides Verständnis der Kommunikationsmodelle aufbauen will, muss die dazugehörigen Primärquellen studieren. Interessante Erkenntnis: Primärquellen sind häufig verständlicher geschrieben als so manches Lehrbuch und bieten zudem mehr Ansätze zum selbstständigen Weiterdenken.

Im Kapitel 1 setzen wir den knappen theoretischen Rahmen für die weitere Modellbetrachtung. Dort führen wir die Leser zunächst in die Interdisziplinarität der Kommunikation ein, schärfen die Kommunikationsbegriffe im Zuge der Medialisierung der Kommunikation und tasten uns allmählich an Kommunikationsmodelle heran. Die Perspektive der direkten interpersonalen Individualkommunikation (Disziplinen: Philosophie, Linguistik, Psychologie) wird im Kapitel 2 erläutert und um Modelle der computer- und medienvermittelten interpersonalen Individualkommunikation (Disziplinen: Ingenieurwesen, Unternehmensführung bzw. Wirtschaftsinformatik, Psychologie) im Kapitel 3 erweitert. Die Sichtweise der Massenmediennutzung (Disziplinen: Psychologie, Soziologie, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie Wirtschaftsinformatik) wird im Kapitel 4 eingenommen. Modelle der Massenmedienkommunikation werden im Kapitel 5 thematisiert (Disziplinen: Psychologie, Soziologie, Publizistik- und Kommunikations- sowie Politikwissenschaften). Im Kapitel 6 werden Modelle der Massenmedienwirkung (Disziplinen: Psychologie, Marketing, VWL bzw. Medienökonomie) diskutiert.

Durch die Diskussion einer Vielfalt von Modellen aus verschiedenen Disziplinen sollen die angehenden Betriebswirte und Kommunikationsmanager erkennen, dass Modellbildung nicht nur der zwecklosen Theoretisierung im Unterricht dient, sondern auch in der Praxis extrem wichtig ist, z. B. um die

Kommunikation innerhalb neu aufkommender Mediengattungen besser und ganzheitlicher zu verstehen und zu gestalten. Jedes im Buch dargestellte Kommunikationsmodell wird dabei vor allem im Hinblick auf sein Erklärungs- sowie Gestaltungspotenzial beurteilt sowie es werden seine Grenzen beschrieben. So sollen die Leser für die Vielfältigkeit neuer Kommunikationsphänomene und zugleich für die Notwendigkeit sensibilisiert werden, bestehende Kommunikationsmodelle weiterzuentwickeln.

Das Lehrbuch ist als Begleitprojekt zur Vorlesung »Kommunikationstheorie« im Studiengang »Kommunikations- und Multimediamanagement« an der Hochschule Düsseldorf entstanden. Die dazugehörigen Folien mit didaktischen Überlegungen sind im Dozentenbereich auf der Webseite des Kohlhammer-Verlages verfügbar. Ein besonderer Dank gilt den Studierenden – für ihre hohe Schmerzengrenze im Hinblick auf die Experimentierfreudigkeit des Dozenten.

Lob und Kritik sind gleichermaßen erwünscht: »Schrrrrreibt in die Kommentare« an [olexiy.khabyuk@hs-duesseldorf.de](mailto:olexiy.khabyuk@hs-duesseldorf.de). Autoren jeder nennenswerten Verbesserung werden in einer ggf. erscheinenden Neuauflage erwähnt.

Düsseldorf, im September 2018

Olexiy Khabyuk