

# DIE ROLLE DER KOMMUNIKATION IN DER POLITIK

RODICA BIRIȘ

Universitatea de Vest "Vasile Goldiș, Arad,  
Facultatea de Științe Umaniste, Politice și Administrative,  
Tel: 0040-257-282324 E-mail: birisrodica@yahoo.com

## ABSTRACT

*The political discourse has become subject of analyses made by both specialists and young researchers in politics in recent years. The aim of this paper is to analyze the role of verbal communication in politics and to give some examples of sending and proper decoding messages, as well as counter-examples.*

**Keywords: communication, discourse, speech understanding, sending message, information**

## EINLEITUNG

Sicher haben wir uns oft die Frage gestellt, was die Kommunikation bedeutet. Vielleicht haben wir uns folgendes geantwortet: die Kommunikation ist das Gespräch zwischen zwei oder mehreren Personen. Aber nach einem kurzen Studium sehen wir, dass das nicht so einfach ist. Viele Forscher haben versucht keine bestimmte Definition, die fest geregelt ist, wie die Regeln für die richtige Rechtschreibung. Klaus Grippendorf schreibt, dass die Kommunikation sei: „Ein Prozess der Weitergebung der Strukturen der Komponente eines Systems, denn man kann in Zeit und Raum bestimmen.“(Pânișoară, 2008, 16) Die Forscher Roberts und Hunt sehen die Kommunikation: „Als die Erhaltung, die Weitergebung und die Annahme des Sinnes der Information.“(Pânișoară, 2008, 16) Für George Gebner ist die Kommunikation: „Die gesellschaftliche Interaktion durch das System der Symbol und der Nachricht.“(Pânișoară, 2008, 16)

Nach Jean Lohisse ist die Kommunikation: „Oft mit der Transportidee oder mit der Idee des Übergangs verbunden.“(Lohisse, 2002, 15) Er macht einen Vergleich zwischen den Handel und der Kommunikation, der Transport ist wegen der Zeichen (Laute, Formen, Gesten) möglich. Er sagt weiter, dass die Kommunikation ein Phänomen der Wirklichkeiten und der neuen Beziehungen ist, die die Daten und Ideen in neuen Ideen und Kenntnisse, der Menschheit umwandeln.

Die Forscherin Alina Bârgăoanu zieht eine Schlussfolgerung nach allen Definitionen, die sie studiert hat „die Kommunikation hat eine besondere Bedeutung in unseren Tagen.“(Bârgăoanu, 2003, 18) Die meisten Deviationen der Kommunikation während der Zeitgeschichte beziehen sich auf die Sendung auf den Empfang der Informationen. Sie findet zwei Formen der Kommunikation: die informationelle Form und die traditionelle Form der Kommunikation. Die erste Form der

Kommunikation führt uns mit dem Gedanken zur Verwaltung, zu Entscheidung und zur Kontrollen. Hier wird die Information auf große Entfernungen in der Welt geleuchtet, mit dem Ziel „Alles unter der Kontrolle zu halten.“(Bârgăoanu,2003, 18) Dieses Model führt zu Änderung des Verhaltens, des Gesichtspunktes durch die Weiterleitung der Informationen. Die zweite Form, die traditionelle Form der Kommunikation kommt in viele Situationen, im alltäglichen Leben vor und ändert zeitweise unser Denken, unser Gefühle und unser Aussehen. Beide Formen der Kommunikation sind wichtig, wenn eine sehr bedeutet, wird die andere geändert. Dabei spielt das Sprechen und das Denken eine große Rolle in der Kommunikation.

## **DIE ROLLE DER KOMMUNIKATION IN DER POLITIK**

Die Sprache ist das Instrument, das das Denken in Tätigkeit umwandelt und das Denken ist das Meditieren über die Fragen und Informationen. Durch diese Sprache und Denken können wir uns oder auch Andere entdecken: die Kommunikation. Wenn unser Auge ein Bild sieht, leitet er diese Information zum Gehirn; von hier werden die Informationen automatisch durch die Sprache mündlich weitergegeben. „Die Kommunikation unterstützt sowohl ein besseres Selbstkennenlernen, als auch das Kennenlernen der anderen.“ (Pânişoară, 2008, 16) In dieser Form spielt das Verstehen eine große Rolle. Wenn wir uns kennenlernen, dann können auch die anderen sich kennenlernen. So entdecken wir den gegenseitigen Einfluss, der uns zeigt, dass die Kommunikation ein kontinuierliches Prozess ist, ohne einen bestimmten strengen Ausgangspunkt. „Um in der Gesellschaft zu existieren, muss man sich zuerst akzeptierbar machen und deshalb muss man sich in ihm umsetzen können.“(Dagenais, 2002, 18) Es gibt keine Wirklichkeit ohne Kommunikation auch die Wissenschaft des Lebens ist auf dem Prinzip des Kommunizieren gegründet. „Der kommunikative Ansatz verarbeitet Anregungen der Sprechakttheorie und der kommunikativen Kompetenz. Die Sprache wird pragmatisch gesehen, die Muster der unterschiedlichen Sprechabsichten stehen im Vordergrund.“ (Biris, Ţirban, Milancovici, 2010, 46)

Um zu kommunizieren müssen eine oder mehrere Personen anwesend sein. Die Kommunikation ist keine Wahl oder Pflicht. Man kann über Politik ohne Kommunikation sprechen? Nein! Jeder Politiker, der zum Präsidenten oder Bürgermeister gewählt werden will, muss sich eine Wahlkampagne machen. Diese enthält wichtige Kommunikationsstrategien. „What verbal games do they play in a parliamentary knock-about?“ (Banciu, 2009, 7) Diese enthalten bestimmte Regeln, damit die Reden besser an das Publikum kommen. Das Publikum ist derjenige, der die Nachricht dekodiert und entscheidet, ob die Rede von ihm ist. Oft muss die Nachricht zuerst an die Presse gebracht werden, bevor sie an die Ohren oder Augen des Publikums kommt. Die Werbung spielt hier eine große Rolle. Der Politiker muss die besten Strategien wählen, damit er

besser durch die Sprache zum Publikum ankommt. Wenn das geschieht, dann kann er seine Konkurrenz besiegen. Deshalb „the western classical tradition of rhetoric in its various guises means of codifying the way public orators use language for persuasive or others purposes.“ (Banciu, 2009, 7) Die Menschen möchten über die Entstehung der neuen Produkte, das Wachsen der Preise oder über einen Streik oder Unfall informiert werden. Bestimmte Leute aus der Media studieren dieses Phänomen und geben dem Publikum das, was er hören oder sehen will. Nicht nur die Zeitungen und die Zeitschriften und das Fernsehen machen das, sondern auch die Werbeagenturen.

### **KOMMUNIKATION ALS OFFENES SYSTEM**

Die Kommunikation ist im allgemeinen ein offenes System, der von vielen Faktoren, beeinflusst wird; es gibt Faktoren die während der Diskussion auftreten und das Verstehen der Nachricht erschweren, oftmals muss der Empfänger sich mit mehreren zerstörenden Faktoren konfrontieren. Es kann dann zu Missverständnissen kommen. Auch hier ist die Synchronisierung der beiden: Sender und Empfänger wichtig.

Joseph DeVito meint das: „In einem unethischen Kommunizieren sind die Leute, dazu verpflichtet eine Wahl zu machen, die sie normalerweise gar nicht machen und dass sie keine Wahl machen wurden.“ (Pânișoară, 2008, 16) Wenn diese zerstörenden Faktoren nicht existieren wird die Kommunikation effizienter. Nicht jeder von uns kann gleich gut kommunizieren. Für einige ist es schwer eine Kommunikation zu beginnen und fortzusetzen. Am schwierigsten ist es, wenn wir vor einem Publikum sprechen müssen. Das ist eine wahre „Tortur“. Wir fürchten, dass wir kein Erfolg haben werden. Damit wird eine Rede leichter halten können, gibt uns Ion-Ovidiu Pânișoară einige Grunddefinitionen und einige Beispiele. Man kann auch einige Hilfsmittel, die für das Interesse des Publikums sind nehmen. Diese können Audio oder Video oder anderen Materialien sein (Graphiken, Zeichnungen). Einige Redner verwenden auch verschiedene Techniken Präsentationen, die je nach dem Subjekt, je nach der Audienz, je nach dem Umfeld oder nach der Person ausgewählt wird. Wichtig ist aber auch, dass der Empfänger zuhört.

Jeder Mensch hört, dasselbe, aber er kann etwas anderes verstehen. Wie ist das möglich? Für einige, kann die Nachricht banal überflächlich sein oder sie können zu einer anderen Schlussfolgerung kommen. Der Forscher Ion-Ovidiu Pânișoară beschreibt uns einige Termini für ein effizientes Hören: wir hören um zu verstehen (wir konzentrieren uns auf das Thema). Wir hören um uns die Informationen zu merken (wenn das Subjekt interessant ist), wir hören um einen Fehler zu finden und um seine Rede angreifen zu können, wir hören um uns ein Bild von dem Empfänger zu machen (diese Art des Zuhörens finden wir auch in den anderen)

Kommunikationsarten. Die Kommunikation ist ein Prozess, das aus vier Basiselemente besteht: ein Sender, ein Empfänger, zwischen ihnen ein Kanal und die Information die Nachricht.



Figur 1.2 J.J. Van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, 1998, S.: 24

## **DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN KOMMUNIKATION UND INFORMATION**

Aus diesem Modell ist leicht ersichtlich, dass die Information von dem Sender zu dem Empfänger durch einen Kanal geleitet wird. Die Kommunikation ist nach der Aufnahme der Information von Empfänger nach nicht beendet. Die Information kann weiter Ideen und Meinungen in den Gedanken des Empfängers bringen. Die Kommunikation bezieht sich auf die Information. Diese zwei Konzepte sind zusammen so verwandt, dass die „Kommunikation“ nicht ohne „Information“ komplett sein kann, aber eine „Information“ wird nur durch die „Kommunikation“ vermittelt. „Die Information ist eine Kombination von Zeichen und Symbolen.“(Cuilenburg et al, 1998, 112) Diese Autoren verstehen, dass das Zeichen und das Symbol in dieselben Weisen wie Jean Lohisse und zwar, dass diese Informationsträger sind und sie werden dekodiert. Die Information enthält drei Aspekte, der erste ist der syntaktische Aspekt der Information, dass aus graphische, auditive oder elektrische Zeichen bestehen und von dem Sender ausgewählt werden. Der zweite Aspekt der Information ist der semantische Aspekt der Information und umfasst die Sendung eines ganzen Wissenshorizonts. Sie enthält die beabsichtigte semantische Information (die Information die der Sender senden will) und die schon durch geführte semantische Information (die Information, die der Empfänger aus der erhaltenen Nachricht versteht). Der dritte Aspekt ist der pragmatische, in dem die Kommunikation vom Sender ausgeht und Information vermittelt, in dem er verschiedene Kode verwendet. Der Kommunikationsakt endet mit der pragmatischen Tätigkeit des Empfängers in dem Verstehen der Nachricht. Die Information und die Kommunikation sind mit der Menschheit gleich alt. Was sich während der Jahrhunderte geändert hat ist die Größe, die Menge der Information und die Art und Weise, wie sie hergestellt gesammelt, aufbewahrt, verarbeitet und vermittelt wird. Im Falle der Journalisten, Politiker oder Wissenschaftler ist die Information jederzeit willkommen. Aber wenn das informationelle Angebot zu groß ist kann, dass die Aufmerksamkeit von der Wirklichkeit ablenken.

Der Wert einer Information besteht in einer Nachricht mit einer besseren, interessanteren, kompletteren Information, als eine andere Nachricht. Zum Beispiel in der Nachricht „die Sonne ging gestern Abend um 19 Uhr und dreißig Minuten unten“ finden wir mehrere Informationen als in der Nachricht „Die Sonne ging gestern Abend früh untern“. Eine Nachricht kann dieselbe Menge an Information enthalten, aber einen entgegengesetzten Sinn: „Rumänien hat den Spiel verloren“ und „Rumänien hat den Spiel gewonnen“. Der Sender der Information darf nicht nur von den Erwartungen ausgehen, sondern auch von den Ergebnisse. Wenn die Entfernung zwischen den Erwartungen und der Ergebnisse groß ist, ist auch der Informationswert groß. Die Erkennung dazu ist die folgende: erstens, weil die soziale Relevanz und das allgemeine Interesse schwer zu schätzen sind und zweitens, weil es unmöglich ist, dass man die Ereignisse ganz genau vergleicht und wiegt. Das allgemeine Interesse ist je nach den Individuum und Ereignisse unterschiedlich. Die Ereignisse können ähnlich oder vergleichbar sein. Aber eine Nachricht kann von größerer Aktualität sein, als die andere und das Publikum bestimmt, was ihn am meisten interessiert. Der informativere Wert kann im Vergleich mit den wirklichen Chancen bekannt zu werden gerechnet werden. Derjenige, der den Wert einer Nachricht bestimmt, ist das Publikum. Alle Forscher beweisen mehreren Faktoren abhängig ist: Erstens vor der Sendung und vor dem Empfänger der Nachricht und zweitens nach den Empfänger der Nachricht.

Bevor der Empfänger die Nachricht bekommt, ist er unsicher, dass er die Nachricht verstehen wird und dass Problem lösen kann. Er muss diese Unsicherheit überwinden und das Beste aus der Nachricht zu machen. Nachdem der Empfänger die Nachricht erhalten hat, weiß er was zu tun hat. Er kann die Nachricht schon vor einem Ereignis bekommen bevor dieser stattfindet und kann dann so handeln, dass alles gut läuft. Die Kommunikation kann verschiedene Foren annehmen, von einer geheimen Diskussion oder von einem geheimen Treffen in Arbeitsprozess und bis zu einer Fernsendung, die an Millionen von Zuschauern gerichtet ist. Die öffentliche Kommunikation kann auch in Wirtschaftstermini erklärt werden, wie zum Beispiel Marktwirtschaft, Anfrage, Angebot, Wirtschaftskrise. Es ist die Rede von dem Markt, wo die Anfrage mit dem Angebot sich treffen, aber der Sender und der Empfänger sind in gleichem Maße auf dem Kommunikationsmarkt. Dieser Markt besteht aus „Zwei wichtige Abteilungen der Informationsmarkt und der Interessenmarkt.“(Cuilenburg et al, 1998, 112) Der informationelle Markt umfasst die Anfrage an Information von den Sendern und das Angebot an Information die die Sender versichern können. Auf dem Interessenmarkt werden die Rollen des Senders und die des Empfängers getauscht: der Sender ist derjenige, der das Interesse des Publikums sucht und verlangt und das Publikum nimmt die Nachrichten in acht oder schenkt ihnen großes Interesse. In diesem Fall ist das Tauschinstrument das „Interesse“ oder die „Disponibilität“. Für den Informationsmarkt

ist das Tauschinstrument „das Geld“. Der Sender ist sowohl auf dem informationellen Markt, so wie auf dem Interessenmarkt tätig, auch wenn es auf dem Interessenmarkt die Aktion irgendwie speziell ist. All diese Elemente, die wir vorhin erwähnt haben, kann man in der Kommunikationswissenschaft einordnen, denn alles ist Kommunikation: das Hören und das Sehen. Das, alles bedeutet ein Informationstransfer von dem Senden zum Empfänger. Die Information geht von einem Menschen zum anderen, aber einer Information weiterleiten bedeutet nicht, dass man diese Informationen nicht mehr besitzt. „Different categories of participant can be found in different types of communication. (Jireghie, 2011, 24)

Das Studium wird durch die Analyse des Inhalts gemacht das kann ein System der Dekodierung den Nachrichten betrachtet werden. Eigentlich kann man jede der Informationen aus einer Nachricht herausnehmen. Die Inhaltsanalyse ist eine technische Methode für die Aufnahme, aber in den sozialen Wissenschaften ist diese etwas ganz anderes als eine „normale“ Dekodierung der Nachrichten Berelson sagt, darüber folgendes: „Die Inhaltsanalyse ist eine Forschungstechnik, dass eine objektive, systematische an quantitative Beschreibung des Inhalts macht.“ (Cuilenburget al 1998, 112) In seiner Auffassung sagt Berelson, dass die Inhaltsanalyse eine quantitative Technik ist, denn sie bezieht sich nur auf den Inhalt der Nachrichten. Aber Holsti nennt die Analyse als „Jedwelche Technik der objektiven und systematischen Herausfinden der Charakteristika einer Nachricht.“( Cuilenburg et al, 1998, 112) Laut der Definition des Forschers Holsti wird die Inhaltsanalyse als eine Möglichkeit der Interpretierung der Texte aufgrund eines bestimmten Interpretationssystems verstanden. Der Unterschied zwischen der Inhaltsanalyse und der gewöhnlichen Interpretation, ist nicht so wichtig, sondern graduell; in beiden Fällen ist die Rede von der Interpretierung der Texte, auch wenn die erste Interpretation eines wissenschaftlichen Forschers oder eines einfachen Lesers gehört.

## **SCHLUSSFOLGERUNG**

Die Forscher aus dem Kommunikationsbereich beschäftigen sich intensiv mit den Texten oder mit den schriftlichen Nachrichten, mit den mündlichen Gesprächen oder mit den Radio- und Fernsehprogramme.

In der Politik ist es sehr wichtig, dass die Nachricht nicht nur korrekt übertragen, sondern auch richtig erversandt werden, denn „People need to communicate, to express and share their ideas with others ...“ (Tirban, 2010, 86)

**BIBLIOGRAPHY**

1. BANCIU, V., *Semantic and Pragmatic Characteristics of Political Discours*, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, 2009.
2. BÂRGĂOANU, A., *Tirania actualității*, Ed. Tritonic, București, 2003.
3. BIRIȘ, R.T., ȚIRBAN, N., MILANCOVICI, S., *Methoden des Unterrichts in der deutschen, englischen und französischen Sprache*, in *Studii de Știință și Cultură*, anul VI, Nr. 2(21), iunie 2010, pp. 41-46.
4. BIRKENBIHL, V. F., *Antrenamentul comunicării sau arta de a ne înțelege*, Ed. Gemma Pres, București, 1998.
5. CAMERON, M., *Arta de a-l asculta pe celălalt, secretele unei comunicări reușite*, Ed. Polirom, Iași, 2006.
6. CISMARU, D.-M., *Comunicarea internă în organizații*, Ed. Tritonic, București, 2008.
7. CUILENBURG, J.J. Van, SCHOLTEN, O., NOOMEN, G.W., *Știința comunicării*, Ed. Humanitas, București, 1998.
8. DAGENAIS, B., *Profesia de relaționist*, Ed. Polirom, Iași, 2002.
9. JIREGHIE, A., *Discourse of television texts*, Editura Concordia, Arad, 2011.
10. LOHISSE, J., *Comunicarea de la transmiterea mecanică la interacțiune*, Ed. Polirom, Iași, 2002.
11. PÂNIȘOARĂ, I.-O., *Comunicarea eficientă*, Ed. Polirom, Iași, 2008.
12. PELT, N. L. Van, *Secretele comunicării*, Ed. Viață și sănătate, București, 2008.
13. ȚIRBAN, N., *English in the Context of Globalization*, in *Studii de Știință și Cultură*, anul VI, Nr. 2 (21), iunie 2010, pp. 134-137.
14. TRAN, V., STĂNCIUGELU, I., *Teoria Comunicării*, Ed. Comunicare.ro, București, 2003.