

# Kommunikation

## Zusammenfassung Unterricht

### 1. Semester

---

#### Inhaltsverzeichnis

---

Kommunikation 1. Semester .....	2
Schreiben als Prozess .....	2
Sich verständlich ausdrücken: „Hamburger Modell“ .....	2
Eigener Text und fremder Text .....	2
Textanalyse.....	3
Begriffe, Aspekte der Analyse.....	3
Vorgehensweise und Arbeitstechnik .....	3
Inhaltsangabe .....	3
Textbausteine .....	3
Verschiedene Argumentationstypen .....	4
Wirksamkeit der Argumente .....	4
Beispielprüfung Komm1.....	5
Aufgabestellung / Originaltext .....	5
1. Hauptaussagen des Textes .....	6
2. Textbegleitende Inhaltsangabe .....	6
Korrekturraster .....	7

---

# Kommunikation 1. Semester

## Schreiben als Prozess

Das Schreiben eines Textes ist ein mehrstufiger Prozess, der aus einer Vielzahl von Aktivitäten besteht. Dabei lässt sich folgende grobe Unterteilung machen:

- Erstellen einer **Rohfassung**
- **Überarbeiten** der Rohfassung
- Einarbeitung von **Hintergrundinformationen** in den Text

## Sich verständlich ausdrücken: „Hamburger Modell“

Verständlichkeit und Attraktivität eines Textes ergeben sich aus den vier Kriterien:

<b>Einfachheit (Optimum +)</b> <u>Kurze, anschauliche Wörter</u> <u>Kein Fachjargon</u> (Fachwörter erklären, gängige Wörter und gebräuchliche Fremdwörter wählen) <u>Transparente Sätze:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- keine Schatelsätze (ggf. kürzen/zerlegen)</li> <li>- kurze Einschübe</li> <li>- erst eine Information, dann die zweite</li> </ul> <u>Handlungen durch Verben ausdrücken:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nomen wirkt statisch</li> <li>- Verb wirkt dynamisch</li> </ul> <u>Aktive statt passive Ausdrucksweise:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktiv: einfach, direkt (Urheber genannt), bewegt</li> <li>- Passiv: kompliziert, indirekt, schwerfällig</li> </ul>	<b>Struktur (Optimum ++)</b> <u>Optische Strukturierung</u> (logisches Mind Map): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Absätze (W-Fragen: Wer, was, wann, wo, wie, warum, wozu → sinnvolle Struktur wählen)</li> <li>- Aussagekräftige Überschriften</li> <li>- Aufzählungspunkte</li> </ul> <u>Makrostruktur</u> (Thematische Ebene): <ul style="list-style-type: none"> <li>- übersichtlich</li> <li>- kleine Informationseinheiten</li> </ul> <u>Mikrostruktur</u> (Verknüpfung zwischen Wort/Satz): <ul style="list-style-type: none"> <li>- klare, sparsame Gliederungssignale</li> <li>- keine Gedankensprünge (roter Faden)</li> </ul>
<b>Kürze / Prägnanz (Optimum 0 oder +)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>knapp</u> und <u>konzentriert</u></li> <li>- Jedes Wort transportiert Sinn</li> <li>- <u>Kommt</u> <u>rasch</u> auf den <u>Punkt</u></li> </ul>	<b>Leseanreize (Optimum 0 oder +)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fallbeispiele, Bilder, Vergleiche, Human Touch</li> <li>- Fragen, Ironie, Zitate, Anekdoten</li> <li>- Sinne und Gefühle der Leser ansprechen</li> </ul>

Ein idealer Fachtext bietet ein Höchstmass an Struktur und ein mittleres/hohes Mass an Einfachheit. Prägnanz und Leseanreiz sollten in einem natürlichen Masse verwendet werden. (Bei Bedienungsanleitungen, Gefahrenhinweisen, Protokollen und Schulbüchern steht die Verständlichkeit im Zentrum)

## Eigener Text und fremder Text

Beim Verfassen von wissenschaftlichen Texten werden oft Gedanken von anderen Forschern verwendet. Beim zitieren/verarbeiten von fremden Texten muss immer die Quelle angegeben werden, um zu signalisieren, dass es sich um Aussagen Fremder handelt. Möglichkeiten Fremdtext einzubauen:

<b>Indirekte Rede</b> → Wenn K1 gleich klingt, wie Indikativ: K2 verwenden. → Wenn K2 gleich klingt, wie Indikativ Perfekt: Umschreiben mit „würden“	<u>Indikativ</u> (Sie singt morgen in der Oper) <u>Konjunktiv 1</u> (Es heisst, sie singe morgen in der Oper) <u>Konjunktiv 2</u> (Wenn sie doch wieder in der Oper sänge!) Es heisst, die neuen Tarife <u>würden</u> schon ab Januar gelten
<b>Zitat</b> ermöglicht scharfe Trennung zwischen fremdem und eigenem Text.	- In Anführungszeichen und Quelle benennen: „...“, sagte X - Ohne Anführungszeichen und Quelle: .... Kritisiert X in...
<b>Quellenangabe</b> <u>Textintern:</u> Kurzbeleg z.B. in Klammer <u>Textextern:</u> detailliert: Fussnote auf Seite, Quellenverzeichnis am Ende	- Quelle muss jederzeit nachprüfbar angegeben werden! - Falls nicht direkt, sondern aus Sekundärquelle zitiert, immer „zitiert nach“ angeben - Verschiedene Zitiermethoden siehe Skript „Eigener Text und fremder Text“ S. 30-33 oder „Oec-Kompass“

# Textanalyse

## Begriffe, Aspekte der Analyse

Etymologie: Die Herkunft eines Wortes (Bsp. Text/Textilien → textum (lat.) = weben, flechten)

Kohärenz: Textzusammenhalt, eine kohärente Aussage. Text ohne Kohärenz → Gedankensprünge

Ein Text kann unter folgenden vier Aspekten analysiert werden:

- Inhalt: Was ist die Aussage
- Struktur, Aufbau: Muss klar sein, um den Text verstehen zu können
- Sprache: z.B. bei Fachsprache → Erst Fachsprache erklären
- Funktion: Textsorte, also wozu wurde der Text verfasst, was kann ich mit dem Text anfangen

## Vorgehensweise und Arbeitstechnik

Folgende Vorgehensweise wird für die Textanalyse vorgeschlagen. Dabei gibt es 8 Schritte:

1. Aufgabe genau anschauen, was wird verlangt:  
Text analysieren? Nur bestimmte Aspekte untersuchen? Inhaltsangabe machen?
2. Text durchlesen, ersten Überblick über das Thema schaffen
3. Notizen machen über erste Beobachtungen, Feststellungen (noch unvollständig, ungeordnet)
4. Text langsamer und intensiver durchlesen, in Sinnesabschnitte einteilen, jedem Abschnitt eine passende Überschrift geben → Entweder Bezug auf Inhalt oder Funktion des Abschnittes
5. Unverstandene Wörter nachschlagen
6. Textstellen, die wichtig sind markieren; je nach Analyseauftrag achten auf:  
Sprachliche Auffälligkeiten, Merkmale der Textsorte, Fragen nach der Absicht des Verfassers
7. Text Analysieren, Randbemerkungen machen, Textstellen farblich hervorheben → Individuelles Verfahren der Textanalyse verwenden. Tipps siehe Skript „Textanalyse 3“ vom 16.03.2000
8. Auf der Grundlage der Randbemerk., Markierungen, Notizen: Konzept erstellen → Reinschrift

## Inhaltsangabe

Die Inhaltsangabe hat die Aufgabe, den Leser, der das Original nicht kennt, über den wesentlichen Inhalt eines Textes genau und verständlich zu informieren. Dabei gibt es zwei Möglichkeiten:

- Textbegleitend (=Zusammenfassung): Detailliert, folgt linear der Struktur des Originals
- Systematisch: Schwerpunktbezogen, strukturell offen

Die Inhaltsangabe sollte nach folgendem bewährten Schema verfasst werden:

- Einleitung: Leser über Herkunft des Textes informieren
- Überleitung: Wenige Sätze über das Thema geben dem Leser eine Übersicht
- Hauptteil: entscheidende Informationen über den wesentlichen Textinhalt
  - Immer Präsens verwenden
  - In eigenen Worten schreiben (keine Nacherzählung)
  - Distanz zum Originaltext anzeigen (Konjunktiv 1)
  - Bei Aussagen aus dem Original (Zitate) Floskeln verwenden, wie „Der Text sagt aus...“, „Der Autor meint, dass...“, „Der Verfasser beschreibt, erläutert, beurteilt, begründet, fordert, ...“
- Schluss ist i.d.R. nicht erforderlich, ggf. kann es aber Inhalt der Aufgabe sein

Wichtig: **Autor, Herkunft und Erscheinungsdatum angeben!** Objektive Aussagen, nicht subjektiv!

## Textbausteine

Für das Verstehen eines Textes ist es wichtig, seine Struktur zu durchschauen. Hat man die Struktur eines Textes einmal erkannt, weiss man, wie der Schreiber vorgegangen ist, wie er seinen Text aufgebaut hat und wie er das Textverstehen des Lesers steuert. Bezeichnungen für Textbausteine:

- Einstieg, Einleitung, Hinführung, Einführung und Erklärung von Begriffen
- Nennung von Fakten oder Daten, These (Behauptung), Gegenthese, Argument
- Äusserung von Gedanken, Meinungen, Ansichten, Urteilen, Zurückweisung fremden Meinung
- Beschreibung oder Erläuterung von Sachverhalten, Gegenständen oder Vorgängen
- Forderung, Appell, Lösungsvorschlag
- Bericht über Geschehen, Beispiel, Beleg, Beweis, Verweis, Zitat
- Folgerung, Zwischenergebnis, Fazit, Schlussfolgerung, Zusammenfassung
- Feststellung von Ergebnissen, auch Zwischenergebnissen

(Bsp: Argumentativer Text: These vertreten → begründende Argumente → abstützen durch Beispiele)

## Verschiedene Argumentationstypen

„Ein Argument ist die Begründung, die uns motivieren soll, den Geltungsanspruch einer Behauptung oder eines Gebots bzw. einer Bewertung anzuerkennen.“ (J. Habermas) Es gibt u.a. folgende Typen:

- Faktenargument: These wird durch unstrittige, verifizierbare Tatsachenaussage gestützt. FA ist oft leicht nachvollziehbar, jedoch nicht sehr beweiskräftig und bei genauer Prüfung nicht stichhaltig.
- Autoritätsargument: These untermauern durch Berufung auf weithin akzeptierte Autorität, die ähnliche oder identische Meinung geäußert hat. → oft nicht zwingend, da viele Gegenargumente von anderen Autoritäten.
- Normatives Argument: These fundieren durch Berufung weithin akzeptierte Wertmassstäbe (Normen). → Nicht unbedingt immer einleuchtend, da zusehends Wertepluralismus: Es gibt verschiedene Meinungen und Wertvorstellungen (Bsp. Neutralität der CH, Menschenrechte)
- Analogisierendes Argument: (=Ähnlichkeit) These dadurch absichern → Beispiel aus anderem Lebensbereich herbeiziehen und eigentlichen Sachverhalt darauf übertragen. Dies ist einleuchtend und gut nachvollziehbar durch Parallelisierung.
- Indirektes Argument: Eigene Meinung wird richtig/plausibel, da Gegenmeinung als unstimmg (in sich widersprüchlich) oder realitätsfremd vorgeführt und so entkräftet wird.

## Wirksamkeit der Argumente

Die Wortwahl unterstützt die Wirksamkeit der These. Der Autor kann seine Aussagen abstützen auf:

- Euphemismen (=abschwächende, verharmlosende Formulierungen) entschärfen Probleme
- Dramatisierendes Vokabular weist auf Schwachpunkte hin.
- Assoziationsfelder (positive/negative) verleiten das Publikum zu einem raschen, ungeprüften Nachvollzug → Dazu werden sie oft emotional gefärbt! → Halten einer nüchternen Prüfung nicht stand.
- Allgemein den Verstand des Lesers ansprechen

# Beispielprüfung Komm1

## Aufgabestellung / Originaltext

<p><b>Aufgaben:</b></p> <p>1. Formulieren sie die Hauptaussagen des nebenstehenden Textes mit eigenen Worten in 4 bis 5 Sätzen. Dem Leser muss deutlich werden, dass Sie eine Fremdmeinung referieren.</p> <p>15 Punkte</p> <p>2. Schreiben sie eine textbegleitende Inhaltsangabe zum nebenstehenden Text! Verwenden Sie dabei die passenden Bezeichnungen für die Textbausteine!</p> <p>30 Punkte</p> <p><b>Allgemeines:</b></p> <p>Formulieren sie ausschliesslich in ganzen Sätzen!</p> <p>Keine Tabellen, keine Stichwörter!</p> <p>Anstreichungen auf dem Aufgabenblatt oder Verweise auf solche werden nicht in die Bewertung der Prüfung einbezogen.</p> <p>Für Stil-/Ausdrucks- oder Grammatikfehler werden 0.25 Punkte abgezogen.</p> <p>Bitte rechts 5 cm Rand freilassen!</p>	<p>1</p> <p>5</p> <p>10</p> <p>15</p> <p>20</p> <p>25</p> <p>30</p> <p>35</p>	<p><b>Scheinheilige Aufregung</b></p> <p><i>Simon Bärtschi über die Nebenwirkungen von «MusicStar»</i></p> <p>Die Schweiz hat ein neues TV-Format, das alle überfordert. Vorab das Schweizer Fernsehen. SF DRS wird vom eigenen Erfolg überrannt. Heute Abend wird fast eine Million Zuschauer «Music Star» einschalten - eine Traumquote fürs Fernsehen.</p> <p>Hinter den «MusicStar»-Kulissen offenbaren sich indes gravierende organisatorische Mängel. Die Kandidaten werden schlecht betreut und schlecht beraten. Die TV-Verantwortlichen sahen sich vor drei Wochen gezwungen, den psychologischen Betreuer sofort auszuwechseln. Seither waren die jugendlichen Möchtegern-Stars dem Blitzlicht der Medien ohne professionelle Betreuung ausgesetzt. Fahrlässig ist SF DRS auch mit den Jury-Verträgen umgegangen. Darin wird den Juroren der nähere Kandidatenkontakt nicht explizit untersagt. Dies führte mitunter zum Gezänk um den Rauswurf von Jury-Mitglied und «Blick»-Redaktor H. Elias Fröhlich.</p> <p>Für SF DRS ist die Show harmlose Nachwuchsförderung. Ein «Musikantenstadl» im Pop-Dekor. «Musik und Gesang ohne Blossstellung der Kandidaten», warb Programmchef Marthaler im Vorfeld. Falsch gedacht. «MusicStar» lebt vom Boulevard: Nobodys werden zu Stars aufgebaut, blossgestellt und fallen gelassen. Wer Boulevard produziert und sich gleichzeitig über die Wirkung empört, ist naiv oder scheinheilig.</p> <p>Selbst die Boulevard-Profis von Ringier sind mit «MusicStar» überfordert. Mit einer Kampagne kämpfte der «Blick» Anfang Woche für die Wiedereinsetzung seines Jury-Mitglieds Fröhlich. Dies, obwohl die Ringier-Leute wussten, wieso ihr Mann gefeuert worden war: Fröhlich hatte seiner Lieblingskandidatin eine erotische Bildstrecke im «Blick» angeboten. Das vom «Blick» veranstaltete Fröhlich-Theater war haarsträubend scheinheilig und wurde quasi zum Fall «Borer light». Im Fall Borer versuchten die Ringier-Blätter, Starbotschafter Borer mit Erotikfotos abzuschliessen. Diesmal versuchte der «Blick», den eigenen Mann zum Jury-Star hochzuschreiben. Beide Male schadete der «Blick» seiner Glaubwürdigkeit.</p> <p>Fazit der vergangenen Woche: Aufregung ist das höchst Gut des Boulevards. Davon profitiert in diesem Fall „MusicStar“.</p> <p>„Berner Zeitung“, 31. 1. 2004</p>
---	---	--

## 1. Hauptaussagen des Textes

Im Artikel aus der „Berner Zeitung“ vom 31.01.2004 mit dem Titel „Scheinheilige Aufregung“ geht es um die Sendung „Music Star“. Der Autor Simon Bärtschi beleuchtet die aktuelle Situation in der Fernseh- und Boulevardwelt. Er kritisiert, dass diese neuartige Sendung alle überfordere: Sowohl den produzierenden TV-Sender und die Stars selber, als auch die Boulevardpresse.

So führte beispielsweise die Entlassung des Psychologen, welcher die angehenden Stars betreute dazu, dass seither die jungen Stars wegen ungenügender Betreuung der Boulevardpresse regelrecht ausgesetzt seien. Des Weiteren wären die Jury-Verträge unvollständig, was zu den Problemen beigetragen und einen grossen „Boulevardpresserummel“ veranstaltet habe. Davon habe nicht nur die Presse, sondern auch die Sendung selber profitiert!

## 2. Textbegleitende Inhaltsangabe

Der vorliegende Text „Scheinheilige Aufregung“ von Simon Bärtschi (Berner Zeitung vom 31.01.2004) berichtet über die neue Sendung „Music Star“ auf SF DRS. Mit unbekannten, sich nach Erfolg und Ruhm sehnenen Kandidaten werde Boulevardjournalismus auf unterstem Niveau betrieben.

Der Artikel wird mit einer These eingeleitet, welche besagt, dass diese neuartige TV-Sendung nicht nur spitzen Zuschaltquoten bringe, sondern vor allem alle überfordere. Dies begründet er durch diverse Argumente.

Die Entlassung des Psychologen, welcher die Stars betreute, habe dazu geführt, dass diese der schamlosen Boulevardpresse ausgeliefert waren. Aber nicht nur die mangelnde Betreuung, sondern auch die Unvollständigkeit der Jury-Verträge habe dazu beigetragen und diverse Probleme herbeigeführt.

So wurde den Jury Mitgliedern nicht ausdrücklich untersagt, näher mit den Kandidaten in Kontakt zu treten. Die Folge war der Ausschluss des Jury Mitglieds und „Blick“-Redaktors H. Elias Fröhlich aus der Sendungsproduktion.

Die von SF DRS aufgestellte These: Diese geniale Sendung diene zur Nachwuchsförderung, lässt der Autor mit einem Gegenargument wie eine Seifenblase platzen, indem er zeigt, dass diese Show von der Regenbogenpresse lebe. Denn in ihr werden hoffnungsvolle junge Leute zu Stars aufgebaut, doch noch vor dem Abschminken der Maske für die Sendung, werden sie auch schon wieder fallengelassen und bald auch von der Öffentlichkeit vergessen...

In einem Appell an die Produzenten bei SF DRS, meint der Autor, dass es unzulänglich sei, „empört“ (Z 24) und „scheinheilig“ (Z 24) auf die vorgefallenen Missstimmigkeiten zu reagieren.

Eine neue These zeigt, dass auch der „Blick“ mit der ganzen Situation überfordert sei. Habe er doch versucht das verlorene Jurymitglied wieder einzusetzen, obwohl die Situation eigentlich allen bekannt war. Dies zeigt sich im Faktenargument, worin der Autor zeigt, dass der Grund der Freistellung des Redaktors darin lag, dass dieser seiner Lieblingskandidatin angeboten habe, für seine Zeitung ein erotisches Fotoshooting zu arrangieren. Der Autor geht soweit, dass er die vorliegende Story anhand des analogisierenden Arguments mit dem Fall „Borer“ vergleicht. Hier habe der „Blick“ versucht den bekannten Botschafter Borer mit erotischen Fotos „abzuschliessen“ (Z 35). Solche Tatsachen würden der Glaubwürdigkeit der Zeitung schaden, so der Autor.

In einer Schlussfolgerung bringt der Autor zum Ausdruck, dass die Sendung „Music Star“ genau von solchen aufregenden Boulevardstories profitiere und somit die Einschaltquote bei der nächsten Sendung erneut Höchstzahlen erreiche.

## Korrekturraster

<b>Korrekturraster TAP „Scheinheilige Aufregung“ von Simon Bärtschi („Berner Zeitung“, 31.1.200)</b>	
<u>Aufgabe 1 (Hauptaussagen): 15 Punkte</u>	
Die Sendung überfordere alle Beteiligten 3	
Organisatorische Mängel 3 ( Schlechte Betreuung 1.5, ungenügende Jury-Verträge 1.5)	
Vorwurf der „Scheinheiligkeit, Inkonsistenz, Widersprüchlichkeit an SF DRS und „Blick“. 3	
Grund: Beide spielten bewusst mit den Mitteln des Boulevards und gäben sich entrüstet über die von ihnen hervorgerufene Wirkung – obwohl sie gerade diese Wirkung suchten. 3	
Doch profitiere die Sendung vom Rummel, den sie auslöse, was in der Logik des Boulevards liege. 3	
<u>Aufgabe 2: 30 Punkte</u>	
Einleitung vollständig 1, sonst 0	Im vorliegenden Text „Scheinheilige Aufregung“ von Simon Bärtschi, der am 31. 1. 04 in der „Berner Zeitung“ erschienen ist, geht es um die TV-Sendung „Music Star“. Nach Meinung des Autors handelt es sich dabei um eine klassische Boulevard-Sendung, mit dem Ziel, möglichst hohe Einschaltquoten zu erzielen. Angesichts dieser Tatsache sei die Entrüstung der Beteiligten über die Folgen, die diese Sendung auslöse, scheinheilig.
Boulevardsendung 1	Der Autor beginnt seinen Text gleich mit einer ersten These, nämlich, dass das neue TV-Format „Music Star“ alle Beteiligten überfordere, insbesondere gelte dies für das SF DRS. Der Autor unterstreicht diese These mit einem Faktenargument: Fast eine Million Zuschauer werde sich die kommenden Sendung anschauen. Dies – so folgert er Autor – sei eine Traumquote.
Entrüstung über Folgen scheinheilig 1 These 1	Den zweiten Abschnitt beginnt der Autor mit einer weiteren These. Hinter den Kulissen des Gesangswettbergs würden sich schwere organisatorische Mängel zeigen. Diese Aussage belegt er mit einem 2 Faktentargumenten, je einem Beispiel und einer sich daraus ergebenden Folge: Erstens würden die Kandidaten schlecht betreut und schlecht beraten. Vor zwei Wochen hätte man den psychologischen Berater überstürzt auswechseln müssen. Was zur Folge gehabt habe, dass die Kandidaten dem Ansturm der Medien ohne fachliche Betreuung ausgesetzt gewesen wären. Zweitens seien auch die Jury-Verträge unprofessionell, weil den Juroren darin der nähere Umgang mit den Kandidaten nicht untersagt sei. Dies habe zum Streit um den Rauswurf des Jury-Mitglieds und „Blick“-Redaktors H. Elias Fröhlich geführt.
Faktenargument 1	Im nächsten Abschnitt stellt der Autor zwei Einschätzung der Sendung in Form von These und Gegenthese einander gegenüber. SF DRS sehe die Sendung als „harmlose Nachwuchsförderung“ (Z. 17). Nach Meinung des Autors handelt es sich jedoch um eine Boulevardsendung. Dies illustriert er mit dem Faktenargument, dass in dieser Sendung in Boulevard-Manier Kandidaten „aufgebaut, blossgestellt und fallen gelassen“ würden (Z. 22 – 23).
Folgerung 1	
These 1	
Faktenargument A 1	
Beispiel A 1	
Folge A 1	
Faktenargument B 1	
Beispiel B 1	
Folge B 1	
These 1	
Gegenthese 1	
Inhalt 1	
Inhalt 1	
Faktenargument 1	
Hauptthese (Folgerung) 2	Hier folgt nun die Hauptthese des Textes: Die Empörung von SF DRS über die Wirkungen der Sendung sei naiv oder scheinheilig. Der Autor begründet diese Aussage mit dem normativen Argument, wer Boulevard produziere, dürfe nicht über dessen Wirkung empört sein.
Normatives Argument 2	Im vierten Abschnitt kommt der Autor auf die „Boulevard-Profis von Ringier“ (Z. 26) zu sprechen. Auch sie - wiederholt er seine These – seien mit „Music Star“ überfordert. Er nennt nun die Tatsache (auch Faktenargument), dass „Blick“ für die Wiedereinsetzung seines Jury-Mitglieds gekämpft hat, obwohl dieser seiner Lieblingskandidatin Nacktfotos im
These 1	„Blick“ angeboten hatte. Auch dieser Versuch – so eine weitere These des Autors – sei scheinheilig gewesen. Diese These stützt er mit dem analogisierenden Argument, dass „Blick“ seinerzeit versucht habe, den ehemaligen Botschafter Thomas Borer mit Erotikfotos zu kompromittieren, während nun der eigene Journalist – trotz Erotikfotos - reingewaschen werden sollte. Die Folge dieses Versuches sei, dass der Blick seiner Glaubwürdigkeit schade.
Analogisierendes Argument 2	Im letzten Abschnitt zieht der Autor das Fazit, dass der für den Boulevard typische Rummel der Sendung aber auch zugute gekommen sei. Dies liege in der Logik des Boulevards.
Inhalt (deutlich ausgeführt) 1	
Folge 1	
Kein Punkt für „Fazit“, da bereits im Originaltext, sondern für Inhalt 1	
Bewertung: Durchschnittlich erreichte Punktzahl: 21, 60 = 4.5. Umrechnungsfaktor 0.2083.	
Note: Punktzahl x 0.2083. Resultat auf zwei Stellen ungerundet.	