

Rasmus H. Nystroumlm, Iiro Harjunkoski, Andreas Kroll

Production optimization for continuously operated processes with optimal operation and scheduling of multiple units.

Bericht des Psychologie und Gesellschaftskritik

Kurzfassung

Ausgangspunkt des Beitrags ist die übliche Kritik an der BILD-Zeitung, wie sie sich in dem Slogan 'BILD macht dumm' oder in den Büchern Günter Wallraffs äußert. Es wird gezeigt, daß diese Kritik niemals die Faszination des Blattes erfaßt. Diese wird in der Etablierung einer gefühlsmäßigen Verständigung zwischen BILD und den Lesern gefunden. Ziel ist es zu belegen, daß es tatsächlich diese Verständigung auf der Ebene der Gefühle ist, die den Erfolg von BILD ausmacht. Es wird herausgearbeitet, welche Gefühle angesprochen werden, um auf der Grundlage dieser Erkenntnisse einige gesellschaftliche Funktionsbestimmungen von BILD vorzunehmen. Empirische Grundlage ist die langfristige Betrachtung der sinnlich hervorstechendsten Merkmale dieser Zeitung: der Überschriften und der Fotos. Die Überschriften werden nach ihrer Aussage und nach Nebenbedeutungen untersucht. Beispielhaft für verschiedene Bereiche werden typische BILDzeitungsschlagzeilen mit stichwortartigen Konnotationen vorgestellt. Die verschiedenen in den Überschriften und Bildern enthaltenen Themen werden bestimmten Komplexen zugeordnet, z. B. Gemeinschaftsgefühle, Verhältnis zur Ordnung, Rollenzuschreibung. Es wird herausgearbeitet, daß BILD geschlossene Einheiten, in sich harmonische Monaden verkündet und die Bedrohung dieser Einheiten als Gefahr sieht. Die Funktionen und Bedeutungen der 'bedrohten Einheiten' werden analysiert, um dann auf dieser Grundlage eine Soziopschoanalyse der BILD-Zeitung vorzunehmen. (KW)