

Christoph Kuhlmann

Kommunikation als Weltbezug

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Christoph Kuhlmann
Kommunikation als Weltbezug
Köln: Halem, 2016

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-219-4
ISBN (PDF): 978-3-86962-220-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

»Keine Kommunikation teilt jemals die Welt mit.«

(LUHMANN 1994: 27)

»Letztlich referiert jeder Sinn Welt.« (LUHMANN 1997: 143)

»Fernsehen fühlt sich an wie der Tod der Welt.«

(T. C. BOYLE, Kulturjournal, 3Sat, 11.5.2012)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	15
1. EINLEITUNG	17
2. DIE REALITÄT IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT	24
2.1 Auf der Suche nach der verlorenen Welt	24
2.1.1 <i>Die Realität in Kommunikationsmodellen</i>	25
2.1.2 <i>Realität?! Der radikale Konstruktivismus</i>	42
2.1.3 <i>Der dynamisch-transaktionale Ansatz</i>	53
2.1.4 <i>Die Nachrichtenwertforschung auf der Flucht vor der Realität</i>	58
2.1.5 <i>Agenda Setting: Themenforschung ohne Thementheorie</i>	62
2.1.6 <i>Verzerrte Realität: Weitere Forschungsgebiete</i>	65
2.2 Der letzte Mohikaner: Das Thema ›Thema‹	67
2.3 Zusammenfassung	72
3. THEORIE DES WELTBEZUGSANSATZES	74
3.1 Existenzphilosophische Grundlagen	74
3.2 Existenz als Weltbezug	78
3.3 Formen des Weltbezugs	92
3.3.1 <i>Wahrnehmung</i>	95
3.3.2 <i>Kognitive Weltbezüge: Wissen, Meinungen, Einstellungen</i>	98
3.3.3 <i>Emotionen</i>	102

3.3.4	<i>Vorstellung und Traum</i>	106
3.3.5	<i>Handeln</i>	108
3.3.6	<i>Verhaltensreaktionen</i>	113
3.3.7	<i>Kommunikation</i>	114
3.3.7.1	<i>Kommunikation als indirekter Weltbezug</i>	114
3.3.7.2	<i>Produktive und rezeptive Kommunikation</i>	117
3.3.7.3	<i>Mediale Kommunikation: Entgrenzung der Welt und Begrenzung der Weltbezüge</i>	122
3.3.7.4	<i>Weltbezüge als Ziel und Wirkung von Kommunikation</i>	126
3.3.7.5	<i>Kommunikation als Weltbezugsressource</i>	130
3.4	<i>Dimensionen (kommunikativer) Weltbezüge</i>	135
3.4.1	<i>Sein oder Sollen? Deskriptive und normative Bezüge</i>	136
3.4.2	<i>Können und Müssen, Dürfen und Wollen</i>	139
3.4.3	<i>Sichere und unsichere Weltbezüge</i>	141
3.4.4	<i>Fremd- und Selbstbezug</i>	142
3.5	<i>Dimensionen der Welt</i>	145
3.5.1	<i>Drei (?) Welten</i>	146
3.5.1.1	<i>Poppers Dreiweltenlehre</i>	146
3.5.1.2	<i>Habermas' Dreiweltenlehre</i>	147
3.5.2	<i>Fakten und Fiktionen</i>	149
3.5.3	<i>Themen</i>	154
3.5.3.1	<i>Definitionsprobleme</i>	155
3.5.3.2	<i>Funktionen von Themen</i>	159
3.5.3.3	<i>Themen und Ereignisse</i>	161
3.5.3.4	<i>Themen und Beiträge</i>	162
3.5.3.5	<i>Themen und Weltbezüge</i>	163
3.5.4	<i>Systeme</i>	165
3.5.5	<i>Akteure</i>	168
3.5.6	<i>Probleme</i>	170
3.5.7	<i>Ereignisse</i>	173
3.5.8	<i>Raum und Zeit</i>	175
3.5.9	<i>Zusammenfassung</i>	180
3.6	<i>Eine allgemeine Theorie der Kommunikationswirkungen</i>	182
3.6.1	<i>Weltbezüge als Kommunikationswirkungen</i>	183
3.6.2	<i>Felder der Kommunikationswirkungen</i>	187
3.6.3	<i>Die Rezeption von Weltbezügen</i>	196

3.6.4	<i>Formen der Kommunikationswirkungen</i>	201
3.6.5	<i>Ursachen im Kommunikationsprozess</i>	213
3.6.6	<i>Intervenierende Variablen im Wirkungsprozess</i>	224
3.7	Zusammenfassung	229
4.	ANWENDUNGEN DES WELTBEZUGSANSATZES	231
4.1	Medialisierung	232
4.2	Agenda Setting	237
4.3	Framing	250
4.4	Uses and Gratifications	255
4.5	Nachrichtenwertforschung	260
4.6	Weitere Anwendungsgebiete	264
4.6.1	<i>Schweigespirale</i>	264
4.6.2	<i>Wissensklutforschung</i>	266
4.6.3	<i>Mood Management</i>	268
4.7	Kritische Perspektiven	270
4.8	Zusammenfassung	273
5.	METHODISCHE IMPLIKATIONEN: DIE MESSUNG VON WELTBEZÜGEN	274
6.	SCHLUSS	281
7.	LITERATUR	287

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1	Nachrichtenwertforschung und Agenda Setting	25
Abb. 2	Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver	26
Abb. 3	Kommunikationsmodell nach Newcomb	27
Abb. 4	Kommunikationsmodell von Westley und MacLean	28
Abb. 5	Feldschema der Massenkommunikation von Maletzke	29
Abb. 6	Varianten der Selektionsdarstellung	29
Abb. 7	Kommunikationsmodell von Pracke	30
Abb. 8	Stufenschema von Reimann	32
Abb. 9	Massenkommunikationsprozess nach Reimann	32
Abb. 10	Kommunikationsmodell von Schramm	33
Abb. 11	Kommunikationsmodell von Riley und Riley	34
Abb. 12	Kommunikationsmodell von DeFleur	35
Abb. 13	Kommunikationsmodell von Barnlund	36
Abb. 14	Kommunikationsmodell von Gerbner	37
Abb. 15	Basic Components of the Convergence Model of Communication	38
Abb. 16	Modell des dynamischen Gleichgewichts von Erfahrungen, Einstellungen und Verhalten	40
Abb. 17	Modell gesellschaftlicher Informations- und Kommunikationsbeziehungen im rekonstruktiven Ansatz	41
Abb. 18	Kommunikationsmodell von Galtung und Ruge	59
Abb. 19	Einfluss des Abstraktionsniveaus auf Agenda-Setting-Effekte	64
Abb. 20	Mehrdimensionalität von Themenkategorien	68
Abb. 21	Themendimensionen in Themenanalysen	70
Abb. 22	Zahl der vermischten Themendimensionen	71
Abb. 23	Individuelle Weltbezüge	81
Abb. 24	Individuelle und interpersonale Weltbezüge	83

Abb. 25	Die Weltbezugsproposition	85
Abb. 26	Das Weltbezugsmodell	86
Abb. 27	Hierarchie individueller Weltbezüge	95
Abb. 28	Bezüge zwischen Worten, Kognitionen und Welt	101
Abb. 29	Emotionen als Weltbezüge	104
Abb. 30	Intentionen von Kommunikatoren	127
Abb. 31	Intentionen von Rezipienten	128
Abb. 32	Unterhaltungsformen	135
Abb. 33	Kommunikative Weltbezüge	136
Abb. 34	Sicherheit und Unsicherheit von Weltbezügen	141
Abb. 35	Welten, Weltbezüge und Geltungsansprüche	148
Abb. 36	Ein Modell der Welt	167
Abb. 37	AGIL-Schema nach Parsons	172
Abb. 38	Prototypen von Ereignissen	174
Abb. 39	Beispiel zu Dimensionen der Raumstruktur	177
Abb. 40	Dimensionen der räumlichen Struktur	177
Abb. 41	Räumliche Struktur und Relevanzzuweisung	178
Abb. 42	Dimensionen der Zeitstruktur	178
Abb. 43	Analysedimensionen der Raum-, Zeit- und Sozialstruktur	179
Abb. 44	Die Schweigespirale	188
Abb. 45	Felder der Kommunikationswirkungen	189
Abb. 46	Medialisierung als Medienwirkung	192
Abb. 47	Weltbezüge als Kommunikationswirkung	193
Abb. 48	Beispiele für Weltbezüge als Kommunikationswirkungen	194
Abb. 49	Bezüge auf Weltbezüge als Kommunikationswirkungen	194
Abb. 50	Bezugspunkte individueller Kommunikationswirkungen	201
Abb. 51	Weltbezüge und Bezugspunkte von Kommunikationswirkungen	202
Abb. 52	Direkte und indirekte Weltbezugseffekte	212
Abb. 53	Beschreibungsdimensionen des Wirkungspotenzials von Kommunikation	214
Abb. 54	Forschungsgebiete in Bezug auf mediale Weltbezüge	215
Abb. 55	Varianten der Weltbezugsbewertung	221

Abb. 56	Varianten der Analyse von Weltbezugsbewertungen	222
Abb. 57	Stufen der Kommunikatisierung	236
Abb. 58	Wichtigkeit von Weltbezügen (Differenzierung der abhängigen Agenda-Setting-Variable)	238
Abb. 59	Einflussfaktoren auf die Wichtigkeit eigenen Handelns in Agenda-Setting-Prozessen	240
Abb. 60	Operationalisierung der abhängigen Agenda-Setting-Variable	244
Abb. 61	Faktoranalyse zur Wichtigkeit des Themas Syrienkrise*	246
Abb. 62	Korrelationen zwischen Themenwichtigkeit und Weltbezügen	247
Abb. 63	Mittelwerte der Items zur Themenwichtigkeit (Syrienkrise)	248
Abb. 64	Intendierte Weltbezüge und Mediennutzung	256
Abb. 65	Operationalisierung von Gratifikationen bei Katz/Gurevitch/Haas 1973 (und eigene Ergänzungen)	257
Abb. 66	Nachrichtenfaktoren und Realitätsdimensionen	262
Abb. 67	Struktur der Codierung	275
Abb. 68	Beispielcodierung	279

Kommunikationswissenschaft



CHRISTOPH KUHLMANN

Kommunikation als Weltbezug

2016, 312 S., 68 Abb., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-219-4

ISBN (E-Book) 978-3-86962-220-0

Christoph Kuhlmann vertritt in seiner Habilitationsschrift die These, dass sich aus dem Konzept des Weltbezugs eine allgemeine Theorie der Kommunikation entwickeln lässt. Wahrnehmungen, Emotionen, Meinungen, Vorstellungen, Handeln und Verhalten sind Formen des Weltbezugs. Auch wer kommuniziert, teilt seine Weltbezüge (oder die anderer Akteure) mit und bezieht sich so indirekt auf Welt. Aber nicht nur die Inhalte von Kommunikation lassen sich als Bezug auf Welt beschreiben: Obige Kategorien kennen wir auch als Wirkung von (Medien-)Kommunikation. Und so ist mit dem Weltbezugsansatz eine Perspektive gewonnen, aus der sich Absichten von Kommunikationsteilnehmern, Kommunikationsinhalte und Kommunikationswirkungen beschreiben und analysieren lassen. Indem er vor allem Medieninhaltsforschung und Medienwirkungsforschung integriert, eröffnet der Ansatz neue Optionen einer systematischen Verknüpfung von Medieninhalten und ihren möglichen Wirkungen. Theorien wie Agendasetting oder Medialisierung erscheinen in neuem Licht. Aber auch die parallelen Weltbezüge eines Mediennutzers, der (vielleicht) das Medium wahrnimmt, zugleich in der Wohnung handelt, Tagträumen nachhängt und emotionale Bezüge auf den Partner erlebt, hat die Theorie im Blick.

Im Buch wird der Ansatz theoretisch entwickelt und seine Fruchtbarkeit für die Kommunikationsforschung an vielen Beispielen demonstriert.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

1. EINLEITUNG

Die hier vorgestellte Untersuchung geht der Frage nach, wohin es führt, Kommunikation als eine Form des Weltbezugs zu betrachten. Diese Perspektive ist, wie ich zeigen werde, gar nicht neu, in den letzten Jahrzehnten aber in weiten Teilen der Kommunikationswissenschaft aus dem Blick geraten. Aber auch außerhalb unserer Disziplin finden sich kaum Ansätze, Kategorien wie Wahrnehmung, Wissen, Meinungen, Einstellungen, Vorstellungen, Emotionen, Verhalten, Handeln, Sprechen, Schreiben, Hören oder Lesen aus einer integrativen Perspektive zu betrachten. Es ist bemerkenswert, dass die vorhandenen Wissenschaftsdisziplinen sich bisher nicht einmal auf einen Oberbegriff für diese Kategorien geeinigt haben bzw. die Frage nach deren gemeinsamem Nenner nicht einmal diskutieren. Ich werde dafür in Anlehnung an Habermas (der ihn allerdings deutlich enger verwendet) den Terminus ›Weltbezug‹ vorschlagen.²

Die Frage nach dem Weltbezug von Kommunikation passte aber auch nicht in den wissenschaftlichen Zeitgeist. Dieser orientierte sich in den letzten Jahrzehnten in verschiedenen Spielarten am konstruktivistischen Gedanken der aktiven Realitätskonstruktion – meist völlig außer Acht lassend, dass keine Konstruktion unabhängig ist von den realen Materialien, aus denen sie konstruiert und die sie nicht selbst konstruieren kann. Der Siegeszug des Konstruktivismus ging so weit, dass Texte veröffent-

2 Auch bei Luhmann findet sich der Begriff vereinzelt, ohne allerdings als Terminus benutzt zu werden (LUHMANN 1987: 107, 115).

licht werden konnten, in denen jeder der »Naivität« geziehen wurde, der »in einem wahrheitsemphatischen Sinne von Realität spricht« (PÖRKSEN 2006: 19). Dies ist nicht nur zynisch zum Beispiel gegenüber jedem realen Kriegstoten (die sind meistens ›wirklich‹ tot!³), sondern geht auch völlig an der Realität jedes Mediennutzers vorbei, dessen Aufmerksamkeit sich wesentlich daraus speist, an der Annahme keinerlei Zweifel zu hegen, dass sich das live verfolgte Geschehen tatsächlich zumindest einigermaßen so in der Realität abspielt und die Berichterstattung deshalb zumindest partiell *wahr* ist. Wir kommen in Kap. 2.1.2 darauf zurück.

Die hier vorgelegte Arbeit verfolgt eine weitgehend neue Perspektive, weil sie auf theoretischen Vorarbeiten aus zwei Richtungen fußt, die aus historischen Gründen bisher eher antipodisch betrachtet wurden: dem französischen Existenzialismus insbesondere Sartres und der kritischen Theorie der Frankfurter Schule (wobei Letztere hier vor allem in der transformierten Form des Werkes von Jürgen Habermas eine Rolle spielt). Beide inspirierten in den 1960er-Jahren studentische Protestbewegungen, theoretische Verknüpfungen wurden aber kaum versucht (vgl. MARCUSE 1965).⁴

Die Arbeit widmet sich dem noch in den 1960er-Jahren durchaus präsenten Paradigma, dem zufolge Kommunikation eine Form des Weltbezugs ist (vgl. MALETZKE 1963: 16), und prüft dessen Fruchtbarkeit. Zentral ist dabei die Frage, in welchem Verhältnis Kommunikation zu den übrigen Weltbezügen wie Wahrnehmung, Emotion, Kognitionen, Handeln etc. steht. Insbesondere konkretes Handeln ist nicht nur eine mögliche Folge von Kommunikation (und durch diese oft erst ermöglicht), sondern kann auch Alternative zu und Inhalt von Kommunikation sein. Genau darin besteht auch die zentrale Innovation des Ansatzes: Die etablierte Kommunikationswissenschaft sieht die anderen (nicht kommunikativen) Weltbezüge meist nur als ursächliche, intervenierende oder abhängige Variable in Kommunikationsprozessen. Dass Handeln zum Beispiel auch Alternative

3 Sehr erhellend in Bezug auf die Absurditäten, in die der radikale Konstruktivismus führen kann, war für mich der Vortrag einer Kollegin, die sich aus eben dieser Perspektive der Kriegsberichterstattung widmete. Sie deutete dann ganz konsequent auch Bilder einer Mutter vor der zeretzten Leiche ihres Kindes als ›Konstruktion‹ von Kriegstoten...

4 Interessant ist allerdings die Habilitationsschrift von Winfried Marotzki, der aus genau dieser Verknüpfung zu einem Bildungsbegriff gelangt, der dem Konzept des Weltbezugs sehr nahe kommt. Er versteht Bildung als Transformation von Welt- und Selbstreferenz (vgl. MAROTZKI 1990).

zu Kommunikation sein kann, bzw. umgekehrt, dass Kommunikation oft auch nur der Vermeidung von Handeln dient, kommt erst in den Blick, wenn man die Perspektive über Kommunikationsprozesse hinaus erweitert und nach den Prozessen des Bezugs auf Realität allgemein fragt. Die Vermischung von Realitätsausschnitten und ihrer medialen Darstellung im Konzept des *Medienstimulus* hat vor allem Handeln als alternativen Weltbezug aus dem Blick geraten lassen. Denn in Bezug auf ein Medienangebot lässt sich kaum handeln (allenfalls an der Fernbedienung) – sehr wohl aber in Bezug auf den dort dargestellten Realitätsausschnitt.

Dass sich die Auseinandersetzung mit diesen Fragen gerade aus einem kommunikationswissenschaftlichen Kontext heraus aufdrängt, ist kein Zufall. Wie ich zeigen werde, ist Kommunikation diejenige Form des Weltbezugs, die sich auf mehreren Ebenen zugleich auf sämtliche anderen Weltbezüge bezieht. Wahrnehmung, Handeln und Verhalten, Emotionen und Kognitionen sowie Kommunikation selbst können Voraussetzungen bzw. Ursache, Ziel, Inhalt, Folge und Alternative von bzw. zu Kommunikation sein. Zugleich besteht in der Kommunikations- und Medienwissenschaft, wie ich zeigen werde, der größte Nachholbedarf an einer theoretischen, methodologischen und empirischen Auseinandersetzung mit Kommunikation als Weltbezug. Die Disziplin (sofern das heterogene Feld überhaupt eine solche einheitlich hergibt) kann inzwischen gut erklären, wie sich hochgebildete, extrovertierte Männer in ihrer Mediennutzung von niedriggebildeten, introvertierten Frauen unterscheiden, und wir wissen auch einiges darüber, wie Radionachrichten im Vergleich zu Zeitungsberichten wirken. Dies konnte eine auf Persönlichkeitsmerkmale einerseits und Medienmerkmale andererseits fokussierte Kommunikationswissenschaft leisten. Weitestgehend ahnungslos sind wir dagegen in Bezug auf die Frage, warum ein Fußballspiel anders rezipiert wird und wirkt als eine Bundestagsdebatte. »Das sind eben unterschiedliche Themen«, lautet die kaum befriedigende Standardantwort:

»Die Kommunikationswissenschaft nimmt sich der human und (massen) medialen Kommunikationsformen, der alten und neuen Medien, der Darstellungsformen und Aussageninhalte, der Wirkungen und der Nutzung an, aber zu wenig der Gegenstände, die tagtäglich auf die Agenda der Gesellschaft und die der Medien gelangen« (DERNBACH 2000: 38).

Wir glauben, Prozesse der Medienrezeption und -wirkung ausreichend erklären zu können, wenn wir die relevanten Persönlichkeitsvariablen auf Rezipientenseite und die Darstellungsvariablen auf Medienseite mitsamt

ihren dynamischen Transaktionen erfasst haben (vgl. z. B. FRÜH/SCHÖNBACH 2005: 13). Aus dem Blickfeld geraten ist dabei eine scheinbare Trivialität: Kommunikation ist immer Kommunikation über etwas, Kommunikation bezieht sich immer auf einen Gegenstand. Wir kommunizieren nicht im luftleeren Raum, sondern befinden uns unentwegt »in Situation« (SARTRE 1962: 610ff.), beziehen uns auf Welt, genauer auf die physikalische Umwelt, unsere psychische Innenwelt oder das soziale Umfeld (vgl. HABERMAS 1981, I: 149ff., 413f.; GERBNER 1956: 178; SCHAFF 1964: 143). Der Weltbezug Kommunikation umfasst dabei genau genommen mehrere Modi des Weltbezugs, nämlich die produktiven Modi des Sprechens, Schreibens, Fotografierens, Filmens etc. und analog die rezeptiven Modi des Hörens, Lesens und Sehens.

Kommunikation ist dabei nur einer von mehreren möglichen Weltbezügen neben Wahrnehmung, Emotionen, Kognitionen (Wissen, Bewerten, Vorstellen, Denken⁵), Handeln und Verhalten. Diese stehen natürlich nicht alle in gleicher Weise als wählbare Optionen zur Verfügung: Über konkrete Handlungen und Kommunikation können wir meist mehr oder weniger frei entscheiden, über Emotionen und Verhalten dagegen kaum.

Die Summe aller Weltbezüge ist nichts weniger als die menschliche Existenz: Würde man von allem, was unsere Existenz ausmacht, unsere Weltbezüge subtrahieren, würde nur unsere Persönlichkeit mit ihren Eigenschaften und Fähigkeiten (also den dann ungenutzten Potenzialen zur Realisierung von Weltbezügen) übrig bleiben, die jeglicher Aktivität entkleidet wäre.⁶ Ein Mensch ohne seine Weltbezüge würde mit geschlossenen Augen und Ohren nichts tuend und nichts sagend verharren (und sich dabei immer noch sitzend oder liegend auf einen Flecken Erde beziehen). Aus dieser zentralen Bedeutung von Weltbezügen für die Beschreibung der menschlichen Existenz erklärt sich auch die Fruchtbarkeit des Ansatzes, der in vielen Forschungsbereichen der Kommunikationswissenschaft neue Perspektiven eröffnet (Kap. 4).

5 Der Begriff »Kognition« wird in der Literatur unterschiedlich weit gefasst. Enge Verständnisse beziehen ihn nur auf Erkenntnisprozesse (Wahrnehmung, Informationsverarbeitung, Wissen), weite Verständnisse beziehen auch Meinungen und Einstellungen mit ein. Ich benutze in diesem Buch die weitere Fassung, um den Abgrenzungsproblemen zwischen Kognitionen und Einstellungen aus dem Weg zu gehen.

6 Persönlichkeitsmerkmale unabhängig von Weltbezügen zu denken, ist darüber hinaus nur analytisch möglich, da sie zu einem guten Teil erst mittels der Realisierung von Weltbezügen entwickelt werden.

Neben den alternativen Weltbezügen kommen mit dieser Perspektive die Merkmale des jeweils thematisierten Realitätsausschnitts in den Blick: Kommunikation über Sport zum Beispiel läuft nicht nur deshalb anders ab als Kommunikation über Politik, weil die Medien über beide Themenfelder unterschiedlich berichten, sondern auch (und vielleicht vor allem) deshalb, weil sich Sport hinsichtlich beschreibbarer Merkmale von Politik unterscheidet, von der Systemfunktion über die Zeitstruktur der Ereignisse bis zur Standardbekleidung der Akteure. Insofern unternehmen wir nebenbei auch den Versuch einer Verknüpfung von Handlungs- und Systemtheorie: Systemstrukturen stellen einen Komplex an Rahmenbedingungen für Weltbezüge dar. Sie erklären zumindest partiell, warum zum Beispiel in Bezug auf Politik anders kommuniziert und gehandelt wird als in Bezug auf Sport.

Um Kommunikation vollständig zu verstehen, muss deshalb der etablierte Dualismus aus Persönlichkeits- und Medienvariablen überwunden werden hin zu einem triadischen Modell, das diesen Dualismus um die dritte Säule derjenigen Variablen ergänzt, die den jeweils kommunizierten Realitätsausschnitt beschreiben.⁷ Dieses große Bündel an potenziell erklärungskräftigen Dimensionen verschwand bisher in der Sammelkategorie ›Thema‹, deren theoretische wie methodische Vernachlässigung ein starkes Indiz für das bisher geringe Interesse des Faches am Realitätsbezug von Kommunikation darstellt. Wir kommen darauf im Rahmen einer Metaanalyse zurück (Kap. 2.2).

In der Kommunikationswissenschaft wieder von Realität zu sprechen, ohne den Begriff in konstruktivistisch inspirierte Führungszeichen zu setzen, begründet sich in einem pragmatischen Ansatz: So überzeugend oder zumindest gedanklich elegant (radikal-)konstruktivistische Positionen als wissenschafts- und erkenntnistheoretische Ansätze sein mögen, so wenig taugen sie zur Erklärung des alltäglichen Handelns, Denkens und Fühlens von Akteuren (und damit auch von Mediennutzern). Im Alltag gehen wir selbstverständlich und intersubjektiv abgesichert davon aus, dass Medien, aber und vor allem auch ihre Gegenstände tatsächlich unabhängig von unserer Realitätskonstruktion und der der Medien existieren (vgl. auch ADONI/MANE 1984: 325f.):

7 Früh hat in seinen jüngeren Werken die soziale Situation, in der Kommunikation stattfindet, als dritte Säule ausdifferenziert. Der Gegenstand der Kommunikation verschwindet bei ihm aber nach wie vor als Dimension ›Inhalt‹ hinter den Merkmalen des Medienangebots (vgl. FRÜH 2002: 146).

»In der natürlichen Einstellung suspendiert der Mensch allerdings nicht seinen Glauben an die Existenz der äußeren Welt und ihrer Objekte, sondern im Gegenteil, er suspendiert jeglichen Zweifel an ihrer Existenz. Was er einklammert, ist gerade der Zweifel, dass die Welt und ihre Objekte anders sein könnten, als sie ihm gerade erscheinen« (SCHÜTZ/LUCKMANN 1979: 53).⁸

Aufgrund der prominenten Stellung des radikalen Konstruktivismus im Diskurs der letzten Jahrzehnte komme ich darauf ausführlicher zurück (Kap. 2.1.2).

Im Rahmen dieser Arbeit klammere ich technische und ökonomische Restriktionen aus der Fragestellung aus, da diese für die Weltbezugsperspektive eher randständig sind. Um es in ein Bild zu fassen: Wer sich im Fernsehen einen kleinen Eisbären ansieht, bezieht sich gleichzeitig

- auf das Fernsehgerät,
- auf ein Medienprodukt,
- auf einen Eisbären.

Bisher hat sich das Fach fast ausschließlich für das Medienprodukt interessiert, ich interessiere mich auch für den Eisbären. Folgt man McLuhan (»The medium is the message«, 1964: 7), sind aber auch die technischen Geräte einer näheren Betrachtung wert. Als Hilfsmittel zur Ermöglichung von Weltbezügen können Mediengeräte auch unabhängig von konkreten Inhalten und konkreter Nutzung unter Umständen folgenreich sein. Indem sie zu jeder Zeit ein Potenzial für Weltbezüge darstellen, dürften sie beispielsweise Effekte auf den Umgang mit Einsamkeit und Langeweile haben. Seit jederzeit Netzmedien verfügbar sind, lassen sich solche Erfahrungen grundsätzlich vermeiden – mit eventuellen Folgen für die Persönlichkeitsentwicklung, aber auch für die Normen des sozialen Umgangs (vgl. VORDERER 2015).

Die vorliegende Untersuchung folgt folgendem Plan: Zunächst plausibilisiere ich auf theoretischer und methodischer Ebene die Diagnose der weitgehenden *Realitätsblindheit* der Kommunikationswissenschaft

8 Hier zeigt sich der starke Einfluss Husserls in Schütz' Denken, dessen Beschreibung der natürlichen Einstellung sehr ähnlich klingt: »Ich finde beständig vorhanden als mein Gegenüber die eine räumlich-zeitliche Wirklichkeit, der ich selbst zugehöre, wie alle anderen in ihr vorfindlichen und auf sie in gleicher Weise bezogenen Menschen. Die »Wirklichkeit«, das sagt schon das Wort, finde ich als daseiende vor und nehme sie, wie sie sich mir gibt, auch als daseiende hin. Alle Bezweiflung und Verwerfung von Gegebenheiten der natürlichen Welt ändert nichts an der Generalthese der natürlichen Einstellung« (HUSSERL 2002: 52f.).

(Kap. 2). Ich konzentriere mich dabei auf Kommunikationsmodelle sowie die dominanten Paradigmen der letzten Jahrzehnte, die dieser Perspektive möglicherweise im Wege standen, sowie auf diejenigen Theorien, in denen aufgrund ihres Zuschnitts eine intensive Auseinandersetzung mit dem Realitätsbezug von Kommunikation zu erwarten gewesen wäre. Anschließend werde ich theoretische Grundlagen des hier postulierten Weltbezugsansatzes legen (Kap. 3), um dann an einigen etablierten kommunikationswissenschaftlichen Forschungsgebieten dessen Fruchtbarkeit zu demonstrieren (Kap. 4). Abschließend stelle ich ein inhaltsanalytisches Instrument für die empirische Anwendung des Ansatzes vor (Kap. 5).



ERIK KOENEN (Hrsg.)

**Die Entdeckung der
Kommunikationswissenschaft
100 Jahre kommunikations-
wissenschaftliche Fachtradition
in Leipzig: Von der Zeitungskunde
zur Kommunikations- und
Medienwissenschaft**

Theorie und Geschichte der

Kommunikationswissenschaft, 14

2016, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-236-1

Die Gründung des Leipziger Instituts für Zeitungskunde 1916 markiert den Beginn der fachlichen Institutionalisierung der Zeitungskunde und ist institutionelle Wurzel der kommunikationswissenschaftlichen Fachtradition in Deutschland. Aber auch über das Gründungsinitial hinaus verbinden sich mit der Leipziger Fach- und Institutsgeschichte im Laufe der letzten 100 Jahre immer wieder entscheidende Wegmarken und Zäsuren in der Geschichte der Kommunikationswissenschaft in Deutschland, so die Einrichtung des deutschlandweit ersten ordentlichen Lehrstuhls für Zeitungskunde 1926, die für die nationalsozialistische Umgestaltung der Zeitungswissenschaft beispielhafte Ideologisierung und Selbstgleichschaltung des Leipziger Instituts 1933 oder der DDR-Sonderweg »Sozialistische Journalistik« nach 1945.

Der Sammelband mit Beiträgen von Jochen Jedraszcyk, Erik Koenen, Arnulf Kutsch, Michael Meyen und Thomas Wiedemann liefert erstmals eine Zusammenschau von 100 Jahren Leipziger Fach- und Institutsgeschichte in fünf Etappen: 1. Karl Büchers Erfindung des Fachs Zeitungskunde und die Institutsgründung (1915-1926); 2. Fundierung der Zeitungskunde als Wissenschaft durch Erich Everth (1926-1933); 3. Hans Amandus Münsters »Totalitäre Publizistik« (1933-1945); 4. »Sozialistische Journalistik« (1945-1989); 5. Integrierte Viel-Felder-Wissenschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft (1989-2016).



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

Kommunikationswissenschaft



ROGER BLUM

Lautsprecher und Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme

2014, 444 S., 60 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-049-7

Immer mehr Länder öffnen sich dem kapitalistischen Wirtschaftssystem sowie dem freien Handel und nennen sich demokratisch. Doch trotz dieser Entwicklungen und trotz der Globalisierung treffen wir weiterhin auf eine Vielzahl unterschiedlicher politischer Systeme – und nach wie vor prägen die politischen Systeme die Mediensysteme. Forscher haben seit dem Zweiten Weltkrieg immer wieder versucht, die unterschiedlichen Mediensysteme zu typologisieren. Aber entweder waren ihre Ansätze zu pauschal oder sie bezogen sich bloß auf den nordatlantischen Westen. Der Autor geht einen anderen Weg und entwickelt im vorliegenden Buch mit dem pragmatischen Differenz-Ansatz eine Typologie der Mediensysteme für die ganze Welt. Er beschreibt zunächst die Mediensysteme von über 20 Ländern; anschließend stellt er seinen Ansatz vor und ordnet die vorgestellten Länder den entwickelten Typologien zu. Dabei ergibt sich: In Ländern wie China, Syrien, dem Iran oder auch Weißrussland fungieren die Medien als Lautsprecher der Herrschenden. In den USA, Brasilien oder auch Deutschland und Frankreich hingegen sind sie eher Widersprecher. Doch auch dazwischen gibt es ein breites Feld von Ländern wie Russland, Libanon oder Italien, in denen eine Ambivalenz zwischen Lautsprechern und Widersprechern besteht, deren Kräfteverhältnis sich immer wieder verschieben kann.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

Methoden / Grundlagen



WERNER WIRTH / KATHARINA SOMMER /
MARTIN WETTSTEIN / JÖRG MATTHES (Hrsg.)

Qualitätskriterien in der Inhaltsanalyse

*Methoden und Forschungslogik der
Kommunikationswissenschaft, 12*
2015, 294 S., 18 Abb., 42 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-150-0

Die Inhaltsanalyse ist für die Kommunikationswissenschaft die genuine Erhebungsmethode. Nur inhaltsanalytisch lassen sich Medieninhalte empirisch erfassen und analysieren und nur inhaltsanalytisch kann demnach eine Antwort auf die Frage gefunden werden, mit welchen potenziell beeinflussenden Inhalten der Rezipient überhaupt in Kontakt kommt. Mit der Anwendung und stetigen Weiterentwicklung der Inhaltsanalyse ergibt sich für die Kommunikationswissenschaft die Möglichkeit, sich im Vergleich mit anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen ein Kompetenzfeld im Bereich der Erhebungsmethoden zu sichern.

Dabei ist die Sicherung und Förderung der Qualität von Inhaltsanalysen und die Weiterentwicklung von standardisierten Qualitätskriterien von zentraler Bedeutung. Dieser Band widmet sich der Frage, welche Möglichkeiten es gibt, die Qualität inhaltsanalytischer Studien systematisch zu fördern und zu dokumentieren. Die Beiträge diskutieren Fragen der (eingeschränkten) Validität und Reliabilität bei der Codierung, sie beschäftigen sich mit der Auswirkung von Messfehlern auf die inhaltsanalytischen Ergebnisse und mit den Anforderungen von Verknüpfungen inhaltsanalytischer Daten mit Befragungsdaten. Ein weiterer Schwerpunkt des Bandes liegt auf dem Umgang mit den (menschlichen) Codierern während des Codierprozesses, der Bedeutung von Motivation und Persönlichkeitsmerkmalen während der Codierung und den Konsequenzen von ›Codierer-Effekten‹ für die Qualität der Inhaltsanalyse.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de