

Werner Wirth / Edmund Lauf / Andreas Fahr (Hrsg.)

Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft

Band 1

Einführung, Problematisierungen
und Aspekte der Methodenlogik aus
kommunikationswissenschaftlicher Perspektive

Herbert von Halem Verlag

Vorwort:
**Forschungslogik aus
kommunikationswissenschaftlicher
Perspektive**

In der Kommunikationswissenschaft haben sich eine Vielzahl von Forschungsstraditionen etabliert, eine breite Vielfalt von Methoden und Designs kommen dabei zum Einsatz. Rechtfertigt das eine Publikation über Forschungslogik in der Kommunikationswissenschaft? Immerhin begreift sich die moderne Kommunikationswissenschaft in ihrem Kern als eine empirische Sozialwissenschaft und greift daher mit großer Selbstverständlichkeit auf deren Methoden, Methodologien und Forschungslogik zurück. Eine Eigenständigkeit der Kommunikationswissenschaft in dieser Sache gibt es also nicht und ist auch nicht notwendig. Dies zu propagieren wäre aus unserer Sicht sogar kontraproduktiv, weil sie das Fach aus dem Kanon der Sozialwissenschaften ausscheren ließe mit einer dann ohne Zweifel fragwürdigen und diffusen Positionierung.

Dennoch gibt es mindestens zwei gewichtige Gründe für eine spezifisch kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit der (empirischen) Forschungslogik. Zum einen zeigen sich die Probleme der Forschungslogik aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive wenn schon nicht in völlig neuer Form, dann doch in einer spezifischen Gewichtung. Ein Beispiel: In der Psychologie arbeitet die Experimentalforschung sehr häufig mit Texten oder Filmen als Stimuli. Diese können stark vereinfacht und auf das Wesentliche reduziert werden, da sie lediglich eine bestimmte Wahrnehmung oder Verarbeitung auslösen sollen. In der Kommunikationswissenschaft repräsentieren die Stimuli darüber hinaus ein bestimmtes Medienangebot und damit den zentralen Forschungsgegenstand der Disziplin. Dadurch erhalten Fragen der

externen Validität im Experiment in der Kommunikationswissenschaft einen anderen Stellenwert als in der Psychologie.

Zum anderen geht es um die Anwendung von Forschungslogik in zentralen Forschungsfeldern der Wirkungs- und Rezeptionsforschung. In Lehrbüchern und Überblicksaufsätzen findet sich häufig die Bemerkung, dass die Forschungsergebnisse widersprüchlich und die einzelnen Studien wegen ihrer methodischen Unterschiedlichkeit nicht vergleichbar seien. Häufig sind vermeidbare methodische Defizite für die Heterogenität und Widersprüchlichkeit der Befunde mitverantwortlich: Methoden und Designs sind noch zu wenig auf die spezifischen kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen und Forschungsfelder abgestimmt, bzw. es wird nicht immer hinreichend geklärt, welchen spezifischen Erkenntnisgewinn die einzelnen Methoden in einem Forschungsgebiet beisteuern können. Vor allem auf der Interpretationsebene werden Ergebnisse nicht selten überstrapaziert und Forschungsfragen beantwortet, für die das genutzte Design oder die verwendete Methode nur sehr eingeschränkt geeignet sind. So wird man in manchen Fällen möglicherweise zu dem Schluss kommen, dass eine angebliche Überprüfung etwa der Hypothese von der wachsenden Wissenskluft genau genommen kein empirischer Test dieser Theorie war, weil Randbedingungen nicht geprüft wurden oder Deckeneffekte unentdeckt blieben. In anderen Fällen lassen sich disparate Forschungsergebnisse möglicherweise zu konsistenten Schlussfolgerungen integrieren, wenn man die je spezifischen Forschungslogiken und Methoden berücksichtigt.

An diesen Problemen setzt der Doppelband zum Thema »Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft« an, dessen erster Teil hier vorgelegt wird. Erklärtes Ziel ist es, die empirische Beweis- und Argumentationsstruktur bestimmter Methoden, Designs (Band 1) und/oder Forschungsansätze (Band 2) aus einer dezidiert kommunikationswissenschaftlichen Perspektive heraus zu analysieren, zu systematisieren und so eine forschungslogisch korrekte Fachperspektive einzubringen.

Der vorliegende Band beginnt mit sehr grundsätzlichen Überlegungen von WERNER FRÜH (Leipzig) zum Kausalitätsprinzip. Er fragt »Woher kommen die Ursachen?« und zeigt, dass jede Ursachenfestlegung stets das Ergebnis einerseits objektiver Tatsachen und andererseits subjektiver Interpretationsentscheidungen ist. Früh sieht darin keinen grundsätzlichen Mangel an Validität, sondern plädiert für die Offenlegung der interpretativen Bestandteile und deren Integration in die empirische Forschungslogik.

»Erklärt oder verstanden?« fragen FRIEDERIKE KOSCHEL (München) und HELENA BILANDZIC (Erfurt) und thematisieren damit die bekannte Streitfrage, ob menschliches Handeln eher mit geisteswissenschaftlichen Verstehensansätzen oder aber mit Modellen, die sich an die Idee einer Einheitswissenschaft anlehnen, begreifen lassen. Sie entscheiden sich für einen dritten Weg, den sie aus neueren handlungstheoretischen Entwürfen ableiten, und diskutieren die Konsequenzen, die sich daraus für die kommunikationswissenschaftliche Forschungslogik ergeben.

SABINE TREPTE (Hamburg) und WERNER WIRTH (Zürich) problematisieren das Spannungsverhältnis zwischen interner und externer Validität beim Experiment. Sie betonen die besondere Rolle der externen Validität für die Kommunikationswissenschaft und legen Vorschläge vor, wie diese erhöht werden kann, ohne gleichzeitig die interne Validität über Gebühr zu vernachlässigen.

GREGOR DASCHMANN (Hannover) widmet sich ebenfalls Fragen der externen Validität und konzentriert sich dabei auf die häufig kritisierte Verwendung studentischer Stichproben in Experimenten. Daschmann zeigt, dass die weitreichende Kritik in diesem Punkt nicht gerechtfertigt ist, und argumentiert, dass Befunde von Laborexperimenten mit studentischen Stichproben nicht selbstverständlich als artifiziell oder nichts sagend abgetan werden dürfen.

THOMAS ROESSING und FRANK ESSER (beide Mainz) untersuchen die Auswirkungen von Rand- und Nebenbedingungen auf Messungen und Kausalitätsannahmen im Experiment. Sie weisen darauf hin, dass man die Geltung der Ceteris-Paribus-Klausel nicht in allen sozialwissenschaftlichen Experimenten voraussetzen darf, und plädieren für einen sorgsameren Umgang mit dieser Validitätsbedingung.

JENS WOELKE (Salzburg) stellt die Protokollanalyse im Anschluss an Think-Aloud- bzw. Cognitive-Response-Techniken in den Dienst der Validitätssicherung beim Experiment. Einen wesentlichen Vorteil dieser Techniken sieht Woelke darin, dass damit individuelle Sinnzuschreibungen für die Interpretation experimenteller Befunde zur Verfügung stehen und so die Idee des individuell und aktiv rekonstruierenden Rezipienten methodologisch integriert werden kann.

CHRISTOPH KLIMMT (Hannover), PETER VORDERER und UTE RITTERFELD (beide Los Angeles, USA) problematisieren den Umgang interaktiver Stimuli in der experimentellen Medienforschung. Mit der Interaktivität der Stimuli (Navigationssysteme, Computerspiele, interaktive Filme)

seien diese vom Probanden mit beeinflusst und somit nicht mehr vom Forscher allein kontrolliert. Das Autorenteam diskutiert eine Reihe von Lösungsmöglichkeiten für dieses Problem und macht damit interaktive Stimuli auch für Experimente valide und nutzbar.

Auch in der Kommunikationswissenschaft gewinnt die kulturvergleichende Forschung stetig an Bedeutung. STEFFEN KOLB (Leipzig) fokussiert diese Forschungstradition und stellt deren zentrale Forschungsdesigns vor, die häufig quasi-experimentellen Charakter haben. Er zeigt an einem Beispiel auf, wie man in kulturvergleichenden Studien durch die Herstellung von funktionaler Äquivalenz Validität sichern kann.

HELMUT SCHERER (Hannover) stellt mit der Panelanalyse ein anderes kausalitätsprüfendes Forschungsdesign in den Mittelpunkt seiner Überlegungen. Er untersucht an einem Forschungsbeispiel, wie stabil bzw. fragil die Ergebnisse von Panelstudien sind, wenn die Panelintervalle als Folge der meist aufwändigen und problembehafteten Feldphasen nicht exakt konstant bleiben. Scherer plädiert für eine möglichst exakte Diagnose solcher Auswirkungen und regt eine entsprechende statistische Modellbildung und -prüfung an.

Auch MARCUS MAURER (Mainz) beschäftigt sich mit der Panelmethode. Er analysiert die Panelmortalität und Paneffekte, die bei der vergleichsweise kostengünstigen telefonischen Panelbefragung auftreten. Aufgrund seiner Berechnungen kommt er zu dem Schluss, dass die Probleme nicht größer sind als bei traditionellen (Face-to-Face-)Panelbefragungen.

Die letzten beiden Beiträge von ANNETTE BRANDL (München) und BERTRAM SCHEUFELE (ebenfalls München) beschäftigen sich mit der spezifischen Kausallogik zweier Auswertungsverfahren, die in der Kommunikationswissenschaft immer häufiger zum Einsatz kommen, jedoch (noch) nicht zum Standardrepertoire gehören. Brandl führt in die Logik von Strukturgleichungsverfahren ein, Scheufele beschreibt die Logik von Zeitreihenanalysen.

Der vorliegende Band stellt spezifische Probleme einzelner beweisführender Methoden aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive in den Mittelpunkt. Interessierte Leser/innen finden Hinweise auf die besonderen forschungspraktischen und/oder methodentheoretischen Bedingungen, die in kommunikations- und medienwissenschaftlichen Experimenten, Panel-, Pfad- oder Zeitreihenanalysen beachtet werden müssen. Der Band kann keine Einführung in die sozialwissenschaftliche Forschungslogik bieten. Wer aber wissen will, wie die sozialwissenschaftliche Forschungslogik optimal an die kommunikationswissenschaftliche

Fachperspektive angepasst werden kann bzw. umgekehrt, wie die Konsequenzen zu beurteilen sind, wenn eine solche Anpassung nicht gelingt oder nicht unternommen wird, für den sollte dieser Band reichhaltige Anregungen bieten: Sei es zum Verstehen und Interpretieren von Forschungsbeiträgen in Fachzeitschriften und Büchern, zur Konzeption eigener empirischer Studien oder auch nur zur kritischen Reflexion.

Wir möchten dem Herbert von Halem Verlag danken für die kompetente und stets verständnisvolle Zusammenarbeit sowie für seine Geduld. Christian Schemer (Zürich) gebührt Dank für seine aufmerksame Lektüre und für viele Hinweise in der Schlussphase des Bandes.

Werner Wirth / Edmund Lauf / Andreas Fahr
Zürich / Amsterdam / München, im August 2004