

Roland Burkart

Kommunikations- wissenschaft

6. Auflage

utb 2259



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau Verlag · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main

Roland Burkart

Kommunikationswissenschaft aft

Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären
Sozialwissenschaft

Mit 52 Abbildungen

Böhlau Verlag Wien Köln

Prof. Dr. Roland Burkart ist ao. Univ.-Prof. am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.

Online-Angebote oder elektronische Ausgaben sind erhältlich unter www.utb-shop.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.d-nb.de> abrufbar.

6., verbesserte und ergänzte Auflage

© 2021 Böhlau Verlag, Zeltgasse 1, A-1080 Wien, ein Imprint der Brill-Gruppe (Koninklijke Brill NV, Leiden, Niederlande; Brill USA Inc., Boston MA, USA; Brill Asia Pte Ltd, Singapore; Brill Deutschland GmbH, Paderborn, Deutschland; Brill Österreich GmbH, Wien, Österreich)

Koninklijke Brill NV umfasst die Imprints Brill, Brill Nijhoff, Brill Hotei, Brill Schöningh, Brill Fink, Brill mentis, Vandenhoeck & Ruprecht, Böhlau, Verlag Antike und V&R unipress. Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Umschlaggestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart
Satz: SchwabScantechnik, Göttingen
EPUB-Produktion: Lumina Datamatics, Griesheim

Vandenhoeck & Ruprecht Verlage | www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com

UTB-Band-Nr. 2259
ISBN 978-3-8463-5713-2

Inhaltsübersicht

Vorwort zur 5. und 6. Auflage

1 Einleitung

2 Kommunikation: Zur Klärung eines Begriffes

3 Das Kommunikationsmedium Sprache

4 Kommunikation und menschliche Existenz

**5 Massenkommunikation in der internetbasierten
Kommunikationsgesellschaft**

6 Wirkungsforschung

7 Strukturen der modernen Kommunikationsgesellschaft

**8 Kommunikationswissenschaft als interdisziplinäre
Sozialwissenschaft**

9 Der Objektbereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Literaturverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen

Register

Inhalt

Vorwort zur 6. Auflage

Vorwort zur 5. Auflage

1 Einleitung

2 Kommunikation: Zur Klärung eines Begriffes

2.1 Kommunikation als soziales Verhalten

Kommunikation und Intentionalität

2.2 Menschliche Kommunikation als soziales Handeln

2.3 Kommunikation als soziale Interaktion

Kritische Einwände?

2.4 Kommunikation als vermittelter Prozess

Zwischenbilanz

2.4.1 Medium als Kommunikationstechnik

2.4.2 Medium: ein kommunikationswissenschaftlicher Begriff

Das publizistische Medium

Medien erster und zweiter Ordnung

2.5 Menschliche Kommunikation als symbolisch vermittelte Interaktion 44

Symbolischer Interaktionismus

Das Symbol im Kommunikationsprozess

2.6 Die humanspezifische Kommunikationsmodalität: Zusammenfassung und terminologische Ergänzung

2.7 Feedback: eine Erfolgskontrolle kommunikativen Handelns

Kommunikation als System

Reflexivität

3 Das Kommunikationsmedium Sprache

3.1 Sprachliche Verständigung

Zusammenfassung

3.2 Sprachbarrieren

3.3 Verständigungsrelevante Besonderheiten der menschlichen Sprache

- 3.3.1 Die verallgemeinernde Kraft der Sprache
- 3.3.2 Sprache und Wirklichkeit
- 3.3.3 Sprachliche Relativität
- 3.3.4 Sprachliche Reflexivität

3.4 Exkurs: Wissenschaftssprache

4 Kommunikation und menschliche Existenz

4.1 Kommunikation - eine anthropologische Grundkonstante

Sprache: Resultat von und Voraussetzung für Evolution
Kooperative Arbeit: Motor der Sprachevolution
Der Mensch: Mängelwesen und sekundärer Nesthocker

4.2 Sozialisation und Kommunikation

- 4.2.1 Sozialisationstheoretische Positionen
- 4.2.2 Exkurs: Die soziale Rolle
- 4.2.3 Sozialisation als symbolisch-interaktionistisches Geschehen
 - Selbst-Bewusstsein*
 - Das I und das Me*
 - Exkurs: Cultural Studies*
- 4.2.4 Selbst-Genese und Kommunikation

5 Massenkommunikation in der internetbasierten Kommunikationsgesellschaft

5.1 Massenkommunikation: Zur Klärung eines Begriffes

Die Masse im Begriff Massenkommunikation
Kommunikation im Begriff Massenkommunikation
Massenkommunikation und soziales Handeln
Interesse an Publizität
Erstes Fazit: Massenkommunikation ist öffentlich - und potenziell auch Kommunikation

5.2 Massenkommunikation, Öffentlichkeit und Internet

Normative Ansprüche an politische Öffentlichkeit
Öffentlichkeit und Publizität
Internet und Öffentlichkeit
Zwischen Enthusiasmus und Skepsis: Erwartungen an das Netz
Plattformisierung - ein dritter Strukturwandel der Öffentlichkeit?
Zweites Fazit: Das Netz ergänzt die Massenkommunikation - aber es ersetzt sie nicht

6 Wirkungsforschung

6.1 Zur Genese der massenkommunikativen Wirkungsforschung

6.2 Psychologisch orientierte Wirkungsforschung

6.2.1 Persuasionstheorie

Merkmale der Aussage

Merkmale der Kommunikationsquelle

Persönlichkeit der Rezipient:innen

6.2.2 Konsistenztheorie/Kognitive Dissonanz

6.2.3 Elaboration-Likelihood-Model (ELM)

6.3 Soziologisch orientierte Wirkungsforschung

6.3.1 Das Opinion-Leader-Konzept

Two-Cycle-Flow und Multi-Step-Flow

Opinion Sharing

6.3.2 Diffusionsforschung

Meinungsführer:innen 2.0?

Influencer

6.4 Massenmedien ohne Wirkung?

Umkehrung der Wirkungsfrage

6.5 Nutzung der Massenmedien

6.5.1 Der Nutzenansatz und der Uses-and-Gratifications Approach

Das aktive Publikum

Der Symbolische Interaktionismus als Handlungstheorie

6.5.2 Publikumsforschung als Gratifikationsforschung

Nutzungsarten

Der Erwartungs-Bewertungs-Ansatz

U&G im Internetzeitalter

Kritik am Nutzenansatz

Medienrepertoires als neue Nutzungsmuster?

6.6 Dynamisch-transaktionaler Ansatz (DTA)

Empirische Evidenzen für den DTA

Zuverlässige Überraschung

6.7 Agenda-Setting

Nonlineare Agenda-Setting-Modelle

Second-Level-Agenda-Setting

Kritik: Widersprüchlichkeit und Grenzüberschreitung?

Third-Level-Agenda-Setting

Priming, Framing und Agenda-Setting

Agenda-Building

6.8 Wissenskluft und Digital-Divide

Bildung oder Motivation als relevante Wissenskluft-Variablen?

Differenzierung von Wissen

*Verringerung von Wissensklüften durch Nutzung von Printmedien?
Digital-Divide-Forschung*

6.9 Schweigespirale

*Die Entdeckung des Meinungsklimas
Frosch- und Vogelperspektive in TV-Interviews
Bedingungen für die Entwicklung einer Schweigespirale
Der Eisenbahntest und die „Schweiger“
Schweigespirale goes online
Isolationsfurcht auch im Netz?*

7 Strukturen der modernen Kommunikationsgesellschaft

7.1 Kommunikation und Gesellschaft

*Informationsgesellschaft
Netzwerkgesellschaft
Kommunikations- und Mediengesellschaft*

7.2 Medien und Wirklichkeit

- 7.2.1 Fake News - Desinformation durch Falschmeldungen, Lügen und Verschwörungstheorien
*Der Begriff Fake News
Medien als Opfer oder als Täter?
Fake News als aktuelle Desinformation
Verschwörungstheorien
Zur Rezeption von Desinformation und Verschwörungserzählungen*
- 7.2.2 Von Ptolemäus zu Kopernikus

7.3 Realität als mediale Konstruktion

*Journalist:innen als Gatekeeper
Vom Gatekeeping zum Gatewatching (?)
News Bias
Nachrichtenfaktoren (NRF)
Nachrichten - Mittel zum Zweck?
Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenrezeption*

7.4 Realitätsinszenierung in der Kommunikationsgesellschaft

Pseudo-Ereignisse

7.5 Journalismus und Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit

*Dominiert PR den Journalismus?
Zweifel und Kritik an der Determinationsthese
Determination 2.0
Das Intereffikationsmodell*

7.6 Resümee - oder: Zuflucht beim Konstruktivismus?

*Wirklichkeit als Konstruktion
Konstruktivismus und Kommunikationswissenschaft
Alter Wein in neuen Schläuchen?*

7.7 Das Fernsehen - ein Jahrhundertmedium

7.7.1 Fernsehen als epochales Phänomen

Die ins Haus gelieferte Welt (Günther Anders)
Das Medium ist die Botschaft (Marshall McLuhan)
Wir amüsieren uns zu Tode (Neil Postman)
Der Verlust des Orts-Sinns (Joshua Meyrowitz)
Fernsehen als Zeitfaktor (Irene Neverla)

7.7.2 Die Kultivierungsthese

Kritik an der Kultivierungsthese

7.7.3 Politikverdrossenheit und die Videomalaise-These

7.7.4 Fernsehen und Gewalt

Fernsehgewalt und reale Gewalt: Ein Faktor unter vielen
Katharsisthese
Inhibitionsthese
Umkehrthese
Stimulationsthese
Excitation-Transfer-These
Imitationsthese
Suggestionsthese
Habitualisierungsthese
Gewalt und Sucht durch Computerspiele?
Kognitivphysiologischer Ansatz

7.7.5 Fernsehen und Bildung

7.7.6 Fernsehen und Lesen

Trends im Verhältnis zwischen Fernsehen und Lesen

7.7.7 Von der Zerstückelung des (linearen) Fernsehens zum Web-TV

Das neue Fernsehen

7.8 Internet, Suchmaschinen, Web 2.0 und Social Media

Das World Wide Web
Die kommunikative Revolution
Digital Natives vs. Digital Immigrants?

7.8.1 Das mobile Internet und die permanente Vernetzung

Suchmaschinen, Algorithmen und die Filter Bubble

7.8.2 Web 2.0 und Social Media

Social Media
Bilder/Fotos und Videos in der Social MediaÄra
Statt eines Resümees

7.9 Funktionen publizistischer Medien

7.9.1 Soziale Funktionen

7.9.2 Politische Funktionen

7.9.3 Ökonomische Funktionen

7.9.4 Information

Information via Massenkommunikation
Vollständigkeit
Objektivität
Verständlichkeit

8 Kommunikationswissenschaft als interdisziplinäre Sozialwissenschaft

Material- und Formalobjekt

8.1 Exkurs: Zur Besonderheit wissenschaftlichen Wissens

Entdecken und Erklären

Wissenschaft beginnt mit Problemen

8.2 Kommunikationstheorien: Eine Systematik

8.3 Allgemeine Theorieperspektiven von Kommunikation

8.3.1 Kommunikation als Signalübertragung

Technikorientierter Informationsbegriff

Shannon/Weaver – sozialwissenschaftlich interpretiert

8.3.2 Kommunikation als interaktiver Vorgang

8.3.2.1 Der Symbolische Interaktionismus

8.3.2.2 Die Theorie des kommunikativen Handelns

Erkenntnisinteresse: Emanzipation

Bedingungen von Verständigung

Der Diskurs

Resümee und Kritik

Die Rezeption einer TV-Diskussion als Verständigungsprozess

8.3.2.3 Das Kommunikationsquadrat

8.3.3 Kommunikation als umweltabhängiger Prozess

8.3.3.1 Der historische Materialismus

Kommunikation aus historisch-materialistischer Perspektive

Von materialistischer Medienforschung zur Medienökonomie

8.3.3.2 Die Systemtheorie

Strukturell-funktionale versus funktional-strukturelle Systemtheorie

Journalismus als Sozialsystem

Kritik an der Systemtheorie

8.3.4 Kommunikation als Wirklichkeitskonstruktion

Feminismus und die Gender-Konstruktion

8.4 Ziele von Kommunikation

8.4.1 Beeinflussung durch Kommunikation

8.4.2 Emanzipation durch (öffentliche) Kommunikation

Der verständigungsorientierte Ansatz von Habermas

8.4.3 Therapie durch Kommunikation

Die fünf Axiome der Kommunikation

Kommunikations- bzw. Verhaltenstherapie

8.5 Modelltheoretische Ansätze

Was ist ein Modell?

8.5.1 Lasswell-Formel

Pro und Contra Lasswell-Formel

8.5.2 Modell der Nachrichtentransformation

8.5.3 Feldschema

- 8.5.4 Materialistische Massenkommunikation
- 8.5.5 Digital vernetzter Kommunikationsraum
- 8.5.6 Diskursiver Journalismus
- 8.5.7 Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA)
 - VÖA-Phasen zur Planung und Evaluation von Konflikt-PR*
 - PR-Ziel: Information*
 - PR-Ziel: Diskussion*
 - PR-Ziel: Diskurs*
 - PR-Ziel: Situationsdefinition*
- 8.5.8 Ein Index für Verständigungsorientierung (VOI)
- 8.5.9 Handlungsfelder der Unternehmenskommunikation

9 Der Objektbereich der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

9.1 Die Bedeutung von Kommunikation für Mensch und Gesellschaft

9.2 Resümee: Der Sinn des vorliegenden Orientierungsrahmens

Literaturverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen

Register

Vorwort zur 6. Auflage

Bereits zwei Jahre nach der völligen Überarbeitung dieses Buches ist eine weitere Neuauflage möglich geworden. Damit bot sich überraschend schnell die Chance, ein Kapitel über Fake News und Verschwörungstheorien aufzunehmen, die Diskussion zur Plattformisierung öffentlicher Kommunikation zu beleuchten sowie auf die Evaluation von Konflikt-PR einzugehen. Zudem wurde der gesamte Text durchgesehen, korrigiert, aktualisiert und selektiv ergänzt. Für viele Hinweise zur vorangegangenen Auflage und konstruktives Feedback danke ich Otto Oberhauser und Uta Rußmann. Dank gebührt auch dem Team vom Böhlau-Verlag, denn es entstand ja wieder ein ganz neues Buch.

Wien, im Mai 2021

Vorwort zur 5. Auflage

Dieses Buch hat eine lange Geschichte. Vor einigen Jahrzehnten, nach Beendigung meines Publizistik-Studiums, überkam mich das Gefühl, eigentlich zu wenig *das* studiert zu haben, wofür ich mich wirklich interessiert hatte. Die Tätigkeit als Universitätsassistent bot mir Gelegenheit, meinen Interessen dann doch nachzugehen. Im Jahr 1983

legte ich die erste Fassung dieses Buches erfolgreich als Habilitationsschrift vor. Ich hatte mir – angeregt durch die damals um sich greifende sozialwissenschaftliche Wende unserer Disziplin – gleichsam *meine eigene* Kommunikationswissenschaft entworfen.

Ursprünglich war damit gar kein Lehrbuch beabsichtigt. Dennoch erlebte das Werk immer wieder unveränderte Nachdrucke. Ich entschloss mich daher zu einer groß angelegten Überarbeitung, die als 2. Auflage 1995 mit deutlich erhöhter Seitenanzahl erschien. Daraufhin stieg die Nachfrage neuerlich. Das Buch war inzwischen ins Koreanische sowie ins Bulgarische (2000) übersetzt worden, 1998 und 2002 kamen zwei weitere aktualisierte Auflagen in deutscher Sprache heraus. Inzwischen wurde es auch in die Sammlung der „Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft“ (Holtz-Bacha/Kutsch 2002) aufgenommen und reihte sich damit in den Rang jener Arbeiten ein, die „einen bedeutenden Beitrag für den fachlichen Erkenntnisfortschritt“ (ebd.: 12) leisten.

Mit der 5. Auflage liegt nun eine abermals völlig überarbeitete und aktualisierte Fassung vor. Der bisherige Text wurde vielfach gekürzt, nach Kräften gestrafft, aber auch umfangreich ergänzt. Dies war nicht nur der zunehmenden Konsolidierung und Ausdifferenzierung unseres Fachs geschuldet, sondern vor allem auch der kommunikativen Revolution, die spätestens im ersten Jahrzehnt des dritten Jahrtausends so richtig begonnen hat und deren Ende nicht abzusehen ist: Die weitreichende Digitalisierung unseres Alltags, die weltumspannende Verbreitung des Internets, der Netz-Zugang mittels mobiler Endgeräte (wie Smartphones und Tablets), das Entstehen von Suchmaschinen sowie die Existenz unzähliger Social Media-Optionen haben sich an zahlreichen Stellen des Textes als unabdingbare Querschnittsmaterie erwiesen.

Ich danke Natalie Indrist für das Beschaffen so mancher Literaturstellen sowie die penible Bearbeitung des umfangreichen Literaturverzeichnisses. In erster Linie gilt mein Dank aber wieder einmal meiner Frau Monika für ihre Geduld mit mir, für ihre ständige kritisch-motivierende Diskussionsbereitschaft und diesmal vor allem in ihrer Rolle als Ärztin für die richtige medizinische Intervention im richtigen Moment, die ausschlaggebend dafür war, dass ich diese Neuauflage überhaupt realisieren konnte. Ihr widme ich dieses Buch.

Da ein Buch nur dann seinen Sinn erfüllen kann, wenn es auch gelesen wird, danke ich – last but not least – den vielen Studierenden aber auch Lehrenden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und so mancher anderer Fächer, aber auch Jenen, die es außerhalb akademischer Zirkel lesen und weiterempfehlen. Sie alle sind es ja, die den Erfolg dieses Buches seit Jahrzehnten immer wieder ermöglichen und auch dafür sorgen, dass die nötigen Motivationsschübe bei den Updates nicht ausbleiben.

Wien, im Februar 2019

Roland Burkart

1 Einleitung

Das Wort *Kommunikation* ist längst selbstverständlicher Teil der Alltagssprache geworden. In der Regel geht es dabei auch um etwas ganz Alltägliches – um Mitteilungen zwischen Menschen. Präziser formuliert: Es geht um den Prozess, in dem wir einander mit Hilfe von Mimik, Gestik, Sprache, Schrift, Bild oder Ton, von Angesicht zu Angesicht oder über verschiedene materielle sowie virtuelle (digitalisierte, computer- und internetbasierte) Übertragungs- und Speichertechniken irgendwelche Botschaften vermitteln.

Ausgerechnet diese Alltäglichkeit verdeckt jedoch vielfach die Komplexität des Geschehens, das dabei inszeniert wird. Sie ist erst bei näherer Betrachtung erkennbar¹ und kommt unter anderem auch darin zum Ausdruck, dass Kommunikation in verschiedenen Wissenschaften aus unterschiedlichen Perspektiven als Erkenntnisobjekt auftaucht.

So spricht man z. B. in der Biologie von interzellulärer Kommunikation, in der Chemie von Chemokommunikation, die Physik kennt kommunizierende Gefäße und die Informatik sieht bei der Übertragung von Daten kommunizierende Hard- und Softwaresysteme. Aber keines dieser Fächer kann für sich in Anspruch nehmen, dem Kommunikationsprozess in allen seinen Dimensionen gerecht zu werden.

Das Fach, aus dessen Perspektive der Kommunikationsprozess in diesem Buch betrachtet wird, ist die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Sie ist

eine relativ junge Disziplin, wenigstens gemessen an so traditionsreichen Wissenschaften wie Physik oder Medizin. Am Beginn stand die Zeitungskunde bzw. Zeitungswissenschaft, die erstmals im Jahr 1916 in Leipzig durch ein eigenes Institut universitär verankert wurde. In den 1940er Jahren, nach der Vereinnahmung durch die Nationalsozialisten² und dem Ende des Zweiten Weltkriegs, mutierte die Zeitungswissenschaft unter dem Diktat technologischer Innovationen und deren massenhafter Verbreitung (die seinerzeit *neuen Medien* Hörfunk und Fernsehen waren einzubeziehen) zur *Publizistik*³. Aber auch dieser Begriff sollte sich bald als zu enges Korsett erweisen, dem die Disziplin im Verlauf ihrer sozialwissenschaftlichen Wende in den 1970er Jahren zu entwachsen begann. Die Bezeichnung *Kommunikationswissenschaft* taucht erstmals im Jahre 1964 mit dem damals neugeschaffenen Lehrstuhl für „Politik- und Kommunikationswissenschaft“ der Universität Erlangen-Nürnberg auf (Ronneberger 1997: 27).⁴

Damit war das Fach allerdings in eine Situation geraten, die treffend mit dem „Zustand einer verzögerten Detonation“ (Ronneberger 1978a: 16) bezeichnet worden ist: Mit der Mutation zur Kommunikationswissenschaft hatten sich die Konturen ihres Erkenntnisgegenstandes eher verdunkelt (ebd.: 17). Nicht ganz zu Unrecht wurden daher die „Grenzen der Publizistikwissenschaft“ (Saxer 1980b) eingeklagt, die sich nicht so sehr um den allgemeinen Kommunikationsprozess, als vielmehr um ihr eigenes Materialobjekt, nämlich die Medien kümmern sollte. Andererseits war gerade mit dem Verweis auf die Überwindung ebendieser Tradition zu hören, die Kommunikationswissenschaft dürfe ihre Problemstellungen nicht auf die sogenannte *Massenkommunikation* reduzieren, auch wenn damit keineswegs der Anspruch verbunden sein kann, für jedwede Problematik aus dem Bereich der Humankommunikation zuständig zu sein (vgl. Rühl 1985a).

Diesem scheinbaren Dilemma kann man freilich entkommen, wenn man sich darauf besinnt, dass eine wissenschaftliche Disziplin nicht nur durch *Materialobjekte* (wie z. B. die Medien) definierbar ist, sondern dass sie auch *Formalobjekte* benötigt (näher dazu: [Kap. 8](#)), nämlich eine Sichtweise, „eine besondere Blickrichtung auf das Material“ (Glottz 1990: 250) – oder anders formuliert: eine „spezifische Auswahl von Problemstellungen, -behandlungen und -lösungen“ (Rühl 1985a: 241)⁵.

Mittlerweile hat sich die Kommunikationswissenschaft vielfach ausdifferenziert und auch konsolidiert.⁶ Sie befasst sich – wie jede andere wissenschaftliche Disziplin auch – mit einem ganz bestimmten Ausschnitt der Wirklichkeit⁷ und versteht sich als *Sozialwissenschaft* (DGPuK 2008). Diese Wissenschaften werden – abgeleitet vom lateinischen *socius* (für gemeinsam, gemeinschaftlich, die Gesellschaft betreffend) – auch als *Gesellschaftswissenschaften* bezeichnet. Sie rücken die einzelnen „Individuen in ihrer Beziehung zu anderen“ (Seiffert/Radnitzky 1994: 302) in den Mittelpunkt. Aus diesen Beziehungen der Menschen untereinander entstehen gesellschaftliche Gruppen und die menschliche Gesellschaft insgesamt mit ihren Organisationen und Institutionen. Zu den Sozialwissenschaften zählen z. B. Soziologie, Sozialpsychologie, Kultur- und Sozialanthropologie, Pädagogik bzw. Erziehungs- oder Bildungswissenschaft, Politikwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft und eben die Kommunikationswissenschaft.

Die **Kommunikationswissenschaft** interessiert sich nun für den Prozess, in dem (mindestens zwei) Menschen einander etwas mitteilen (wollen), für die Vermittlungsinstanzen (Medien), die dabei im Spiel sind, für die Bedingungen, unter denen diese Bedeutungsvermittlung stattfindet und für die Konsequenzen (Wirkungen), die

daraus resultieren. Die *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* fokussiert – abgeleitet vom lateinischen *publicus* (für öffentlich) – vorrangig die öffentliche Verbreitung von Aussagen. Bis gegen Ende des 20. Jahrhunderts wurde diese Öffentlichkeit in erster Linie durch die Massenmedien bzw. durch Massenkommunikation hergestellt.

Spätestens seit der Jahrtausendwende haben wir es allerdings durch das Aufkommen von neuen internetbasierten (sozialen) Medien und Kommunikationstechniken mit einem Medienwandel (Kinnebrock/Schwarzenegger/Birkner 2015) zu tun, der neben der traditionellen massenmedialen Öffentlichkeit zusätzliche „digitale Öffentlichkeiten“ (Hahn/Hohlfeld/Knieper 2015) hervorgebracht und damit allem Anschein nach einen neuen strukturellen Wandel von Öffentlichkeit (Eisenegger 2021) eingeleitet hat. Insgesamt markieren die Verbreitung des Internets, das Aufkommen der Mobilkommunikation sowie das Entstehen neuer sozialer Medien und digitaler Plattformen (Meyer 2019) eine kommunikationshistorisch bedeutsame Zäsur, die unseren Kommunikationshaushalt förmlich revolutioniert hat. Davon wird in diesem Buch mehrfach die Rede sein, zumal noch kein Ende dieser Entwicklung absehbar ist.

Das vorliegende Buch ist aber auch ein Schritt auf dem Weg zu einem Selbstverständnis der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Die Diskussion darüber ist eigentlich so alt, wie das Fach selbst, dennoch flammt sie bis heute immer wieder auf (näher dazu: [Kap. 8](#)). Das Buch knüpft an der Tradition unserer Disziplin insofern an, als es der massenmedial vermittelten, öffentlichen Kommunikation breiten Raum einräumt. Trotz der schleichenden digitalen Transformation nahezu aller Lebensbereiche sowie der Dauerpräsenz sozialer Medien in unserem Alltag, ist ein

Ende der Massenkommunikation nämlich keineswegs in Sicht. Sowohl die Kommunikation über soziale Medien als auch die Massenkommunikation sind jedoch erst dann angemessen begreifbar, wenn man menschliche Kommunikation grundsätzlich ins Auge fasst, also auch über relevante Aspekte der Individualkommunikation Bescheid weiß. Einmal, weil Parallelen bzw. Entsprechungen zwischen beiden Realitäten existieren und darüber hinaus, weil Wechselbeziehungen nicht bloß evident sind, sondern auch in der bisherigen gesellschaftlichen Entwicklung immer wieder eine Rolle gespielt haben.

Aus diesem Anspruch ergibt sich die inhaltliche Strukturierung des Buches.

- Zunächst ist der Kommunikationsprozess in seinen Grundzügen zu reflektieren. Zu diesem Zweck wird ein Kommunikationsbegriff entwickelt, der die besondere Qualität der Humankommunikation zu erfassen vermag ([2. Kapitel](#)).
- Dabei kommt man nicht umhin, das für den Menschen typische und auch am höchsten entwickelte Kommunikationsmittel etwas näher zu betrachten: die Sprache ([3. Kapitel](#)).
- Die damit bereitgestellten Einsichten in die Besonderheiten der Humankommunikation sind Ausgangspunkt für eine Diskussion über die Bedeutung real stattfindender Kommunikationsprozesse für Mensch und Gesellschaft ([4. Kapitel](#)). Sowohl der Stellenwert von Kommunikation im Verlauf der Anthropogenese, als auch die Relevanz von Kommunikation als Sozialisationsfaktor stehen im Mittelpunkt.
- Erst auf dieser Grundlage wird die Bedeutung von Massenkommunikation in unserer internetbasierten Kommunikationsgesellschaft ausgelotet ([5. Kapitel](#)).

Diskutiert werden die normativen Ansprüche an Öffentlichkeit in demokratisch organisierten Gesellschaften sowie die Veränderungen, die daraus unter den Bedingungen steigender Digitalisierung und Plattformisierung erwachsen.

- Breiten Raum nehmen sodann Erkenntnisse aus der (massen-)kommunikativen Wirkungsforschung ein – stets auch mit Blick auf neuere empirische Ergebnisse unter Einbeziehung des Internets ([6. Kapitel](#)).
- Auf Basis all dieser Reflexionen, Einsichten und empirischen Befunde gilt es, die zentralen Strukturen unserer modernen Kommunikationsgesellschaft erkennbar zu machen ([7. Kapitel](#)). Dabei geht es zunächst um die beiden Berufsfelder Journalismus und Public Relations, die in hohem Maß für die mediale Konstruktion von Wirklichkeit verantwortlich sind, sowie um die Leistungen, die von den dabei involvierten publizistischen Medien für Mensch und Gesellschaft erbracht werden. Es geht aber auch um das Fernsehen, das als das typische Medium des 20. Jhdts. gelten kann, sowie um die kommunikative Revolution, die durch Internet, Suchmaschinen, Web 2.0 und soziale Medien am Beginn des dritten Jahrtausends losgetreten worden ist.
- Schließlich können anhand ausgewählter Kommunikationstheorien zentrale Problemfelder einer Publizistik- und Kommunikationswissenschaft entfaltet werden, wie sie als interdisziplinäre Sozialwissenschaft vorstellbar ist und wie sie sich über die vergangenen Jahrzehnte hinweg auch entwickelt hat ([8. Kapitel](#)). Dabei wird deutlich, dass in Entsprechung zur jeweils gewählten theoretischen Position die kommunikativen Materialobjekte (diverse Medien sowie einzelne Kommunikationsakte) stets aus verschiedenen Perspektiven in den Blick geraten. Der eigentliche

kommunikationswissenschaftliche Objektbereich entsteht dann nicht aus der Summe der (materiellen) Erkenntnisgegenstände, sondern er lässt sich – ganz im Sinn der eingangs angesprochenen Formalobjekte – aus der Summe der Perspektiven formen (9. Kapitel).

Abschließend noch ein Hinweis zum Gebrauch dieses Buches: Es ist als Lehrbuch angelegt und hat sich im Laufe der vergangenen Jahrzehnte sowohl in den einführenden Semestern als auch im Kontext der Vorbereitung auf die Abschluss examen bewährt. Es wendet sich aber auch an all jene, die an Kommunikation und Medien ganz allgemein Interesse haben. Für beide Zielgruppen ist es mir wichtig, möglichst klare Begriffsdefinitionen anzubieten, um dadurch ein behutsames Umgehen mit der Fachterminologie zu ermöglichen. Zentrale Begriffe sind daher sowohl über ein Stichwortverzeichnis auffindbar, als auch an den entsprechenden Textstellen durch Fettdruck (in weiterer Folge *kursiv*) hervorgehoben. Dies alles geschieht nicht als Selbstzweck, sondern der Erkenntnisqualität wegen: Ohne klare Sprache gelingt nur ein sehr trüber Blick auf die Wirklichkeit.

Um geschlechtersensible Formulierungen bemühe ich mich immer dann, wenn mir diese klare Sprache nicht gefährdet erscheint. Originalzitate werden nicht nachträglich gegendert, das gilt in der Regel auch für englischsprachige Fachtermini, wenn sie nicht bereits als Anglizismen alltagssprachlich eingedeutscht sind. Ich setze das Gendern also moderat ein und verwende dafür stets den schlichten Mediopunkt (·), weil dieser meines Erachtens die Lesbarkeit kaum beeinträchtigt und überdies die soziale Inklusion jedweder Geschlechtsidentitäten zum Ausdruck bringt.⁸

- 1 Klaus Merten (1977) hat eine bis heute beispielhaft grundlegende und systematische Begriffs- und Prozessanalyse der Komplexität des Kommunikationsprozesses vorgelegt. Er typologisiert und evaluiert dort u. a. 160(!) Definitionen von Kommunikation.
- 2 Vgl. dazu Averbeck/Kutsch 2002, Hachmeister 1987, Pöttker 2002a, 2002b; speziell für Österreich: Duchkowitsch 2015, Duchkowitsch/Haas 2015, Duchkowitsch/Hausjell/Semrad 2004 sowie Duchkowitsch/Krakovsky 2015.
- 3 *Publizistik* nennt sich auch die im Jahr 1956 gegründete und bis heute existierende bedeutendste deutschsprachige wissenschaftliche Fachzeitschrift.
- 4 Zur Fachentwicklung vgl. Kutsch/Pöttker 1997, Meyen 2015, Meyen/Löblich 2007 sowie Meyen/Wiedemann (o. J.) <http://blexkom.halemverlag.de/>.
- 5 Zu Recht spricht sich Glotz grundsätzlich dagegen aus, eine Wissenschaft vom materiellen Gegenstand her zu konstruieren: „Ein solches Vorgehen wäre vergleichbar mit dem Versuch, Anthropologie, Philosophie, Medizin und ein Dutzend weiterer Wissenschaften zu einer ‚Menschenwissenschaft‘ zusammenzufassen und diese dann mit der unbestreitbaren Wichtigkeit der Erforschung des ‚Menschen‘ zu begründen“ (Glotz 1990: 250). Und er verweist auf einen der Väter der deutschen Zeitungswissenschaft (Otto Groth), der am Beginn seines siebenbändigen Grundlagenwerkes feststellt: „Der Forscher muss sich für eine spezifische Betrachtungsweise entscheiden, in der er die Erscheinungen sehen will, muss wählen, welche Seite dieser ihm wichtig ist, was er dementsprechend an ihnen herausheben, was er weglassen muss“ (Groth 1960: 4).
- 6 Abzulesen ist dies an diversen Einführungs- und Überblickswerken sowie Lexika (Auswahl): Beck 2020, Bentele/Brosius/Jarren 2003, Bentele/Brosius/Jarren 2013, Bonfadelli/Jarren/Siegert 2005, Kunczik/Zipfel 2005, Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 2009, Pürer 2014, Schmidt/Zurstiege 2007.
- 7 Wir sprechen hier bereits von den sogenannten *Realwissenschaften* (das sind die Natur-, Technik-, und Sozialwissenschaften), die Teilbereiche der Erfahrungswirklichkeit zum Gegenstand haben – im Gegensatz zu den sog. *Formalwissenschaften* (wie formale Logik, Mathematik und Informatik).
- 8 Der *Mediopunkt* (auch: *Mittelpunkt* oder *Halbhochpunkt*) kann laut Duden (Diewald/Steinhauer 2020) im Deutschen als Mittel der geschlechtergerechten Schreibweise eingesetzt werden, wenn über die sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern hinaus auch nichtbinäre Geschlechtsidentitäten einbezogen werden sollen.

2 Kommunikation: Zur Klärung eines Begriffes

In diesem Kapitel geht es um eine grundlegende Auseinandersetzung mit dem Kommunikationsbegriff. Dabei wird allerdings *nicht* dem – sowohl in der Alltags- als auch in der Wissenschaftssprache anzutreffenden – inflationären Gebrauch dieses Wortes nachgegangen.¹ Ich werde vielmehr versuchen, jene Dimensionen der Begriffsrealität herauszuarbeiten, mit denen sich die *humanspezifischen* Qualitäten dieses Prozesses erfassen lassen und die daher für das Verständnis von Kommunikationswissenschaft, wie es in diesem Buch entwickelt wird, wesentlich erscheinen.

Zu diesem Zweck kann man Kommunikation mit Maletzke zunächst ganz allgemein als „Bedeutungsvermittlung zwischen Lebewesen“ (1963: 18) begreifen. Mit dieser einfachen (und zugleich „klassischen“) Definition klammert man bereits alle jene kommunikativen Vorgänge aus, die zwischen „Nicht-Lebewesen“ (wie datenverarbeitenden Maschinen u. Ä.) ablaufen, und rückt soziale Kommunikationsprozesse in den Mittelpunkt des Interesses. Die Implikationen dieses Anspruchs gilt es in der Folge zu untersuchen.

2.1 Kommunikation als soziales Verhalten

Mit dem Terminus **Verhalten** wird jede Regung eines Organismus bezeichnet. Neben rein motorischen Bewegungsabläufen (wie körperlich-muskulären Aktionen

und Reaktionen eines Organismus auf Umweltreize) zählen dazu auch die Aktivitäten des Zentralnervensystems; beim Menschen sind dies v. a. die von Gehirn und Rückenmark gesteuerten nervösen Prozesse des Wahrnehmens, Fühlens und Denkens (vgl. Klima 2011: 725).

Soziales Verhalten meint dagegen bereits den Umstand, dass sich Lebewesen *im Hinblick aufeinander* verhalten. *Sozial* ist dasjenige Verhalten von Lebewesen (Menschen oder Tieren), das eine Reaktion auf das Verhalten anderer Lebewesen darstellt und selbst wiederum die Reaktionen anderer Lebewesen beeinflusst (vgl. ebd.). Als *sozial* gelten daher sowohl Verhaltensabläufe, im Rahmen derer Lebewesen miteinander agieren (z. B. das gemeinsame Abwehren eines Feindes), als auch solche, die gegeneinander gerichtet sind (z. B. das Einander-Bekämpfen). Ausschlaggebend für den sozialen Charakter von Verhaltensweisen ist also der Umstand, dass sie *aufeinander* bezogen sind. Auch „Einzelaktionen“ (wie etwa das Sammeln von Futter für die Jungen) können damit durchaus sozialen Charakter besitzen. Werden nun im Rahmen derartiger sozialer Verhaltensweisen zudem *Bedeutungen* vermittelt, dann besitzen diese Verhaltensweisen auch *kommunikativen* Charakter.

Strenggenommen ist dies nahezu immer der Fall. Von den erwähnten Einzelaktionen (vorzustellen wäre etwa eine isoliert stattfindende Futtersuche) abgesehen, findet ja allein infolge der – etwa durch räumliche Nähe bedingten – sinnlichen Wahrnehmung eines anderen Lebewesens eine Bedeutungsvermittlung zwischen diesen beiden statt.

So *bedeutet* beispielsweise das Erscheinen eines Fuchses im Wahrnehmungsfeld eines Hasen für diesen das Signal zur Flucht; ebenso *bedeutet* für mich das Herannahen einer überfüllten Straßenbahn etwas, nämlich entweder mich auch noch hineinzwängen zu müssen, zu Fuß zu gehen, ein Taxi zu nehmen u. Ä. In beiden Fällen vermag allein die sinnlich

wahrgenommene physische Existenz anderer Lebewesen (bzw. deren Verhalten) Bedeutungen zu vermitteln.

Nicht nur *soziales* Verhalten, Verhalten überhaupt scheint sich damit in weiten Teilen als *kommunikativ* zu erweisen. Diese Ansicht vertreten auch Watzlawick (et al.), die im Rahmen ihrer Auseinandersetzung mit menschlicher Kommunikation die Begriffe *Kommunikation* und *Verhalten* überhaupt gleichbedeutend verwenden (1969: 23 f.). Ausgehend von der plausiblen Einsicht, dass es eine grundlegende Eigenschaft des Verhaltens sei, kein Gegenteil zu besitzen („Man kann sich nicht nicht verhalten“), gelangen sie zur Formulierung ihres vielzitierten Axioms „Man kann nicht nicht kommunizieren“ (Watzlawick et al. 1969: 53).

Diese Position soll allerdings hier *nicht* vertreten werden. Obwohl es zunächst einsichtig erscheint (und auch gar nicht in Abrede zu stellen ist), dass jedes Verhalten gewissermaßen über ein *kommunikatives Potential* zur Bedeutungsvermittlung verfügt, so hieße es dennoch den Begriffsrahmen überspannen (was die inflationäre Verwendung des Wortes zudem nicht gerade mindern würde), wollte man jedes Verhalten mit Kommunikation gleichsetzen: Wenn alles Verhalten Kommunikation ist, dann wäre ja z. B. auch das Betragen eines schlafenden Individuums zu Recht bereits als *Kommunikation* zu bezeichnen.

Denken wir an einen Studenten, der in der Vorlesung schläft. – Er signalisiert *mir* als Vortragendem mit seinem Verhalten „nonverbal, dass er nicht bereit oder in der Lage ist, meine Mitteilung aufzunehmen. Möglicherweise wird er als Dauersender desselben nonverbalen Signals zu einem Störfaktor für mich und die anderen Hörer. Nur: in umgekehrter Richtung, nämlich *von mir zu ihm* findet eine Kommunikation keinesfalls statt. Das heißt: was immer ich vortrage, er nimmt es nicht auf. Ich kann, was ich denke oder mitteile, folglich nicht mit ihm teilen. Dies gilt auch, wenn er ‚mit offenen Augen schläft‘, ‚abschaltet‘, Mitteilung verweigert“ (Wagner 1980: 171).

Wenn also Kommunikation auch *nicht* möglich sein soll, dann ist entscheidend, dass man unter dem Begriff *Kommunikation* einen Mitteilungsvorgang versteht, in dem Bewusstseinsinhalte miteinander geteilt, „vergemeinschaftet“ (ebd.) werden. Dem Axiom über die Unmöglichkeit, nicht zu kommunizieren, liegt daher „ein vollkommen anderer Kommunikationsbegriff zugrunde“. (ebd.)

Durch eine derartig hypertrophe Verwendung des Kommunikationsbegriffes geraten folgerichtig alle Versuche, eine Bedeutungsvermittlung (trotz wechselseitiger Wahrnehmbarkeit) *nicht* stattfinden zu lassen oder abubrechen, in den Bereich des Pathologischen: Wenn jegliches Verhalten, also auch Schweigen, Absonderung, Regungslosigkeit, Schlafen oder irgendeine andere Form der Vermeidung von Kommunikation selbst eine Kommunikation ist, dann zeigt sich in dem Versuch, *nicht* zu kommunizieren, tatsächlich „ein wesentlicher Teil des schizophrenen Dilemmas“ (Watzlawick et al. 1969: 52).²

Kommunikation und Intentionalität

Hier wird nun davon ausgegangen, dass es dem Menschen sehr wohl möglich ist, Kommunikation (bzw. Kommunikationsversuche) willentlich aufzunehmen oder auch abubrechen - und genau das soll in der Begriffsbestimmung auch zum Ausdruck kommen. *Menschliches* Verhalten kann nämlich bewusst (Graumann 1966: 115 f.) und zielgerichtet, d. h. **intentional** ablaufen. Der Mensch kann sich in seinem Verhalten ausdrücklich auf etwas beziehen, er kann sich also nicht bloß verhalten, er kann auch *handeln*.

Handeln gilt als (alltäglicher) *Spezialfall* von Verhalten, eben als intentionales Verhalten, das absichtsvoll und auch (mehr oder weniger) bewusst auf ein Ziel hin ausgerichtet ist (Lenk 1978: 281). Oder wie es Max Weber in seiner klassischen Begriffsbestimmung ausdrückt: Handeln meint dasjenige menschliche Verhalten, welches der jeweils

handelnde Mensch mit subjektivem Sinn verbindet. Dabei ist einerlei, ob es sich um ein äußeres (motorische Aktivitäten) oder innerliches „Tun“ (Denken, Fühlen, ...) handelt; auch ein *bewusstes Unterlassen* einer Aktivität (oberflächlich betrachtet: ein „Nichts-Tun“) oder ein *bewusstes Dulden* (von Zuständen, von Verhaltensweisen anderer etc.) ist in diesem Sinn als menschliches Handeln zu begreifen (Weber 1980: 3 f.; 1984: 19 f.).

Intentionalität gilt als Ergebnis der Evolution (der phylogenetischen Entwicklung) des Menschen. Sie besteht in der „Fähigkeit, für ein Ziel zu kämpfen [...] mit mehr als nur einem rigiden Handlungsmuster“ (Lenneberg 1964: 581 f.; zit. n. Merten 1977: 129): Neuere Erkenntnisse deuten zwar darauf hin, dass auch Menschenaffen (Schimpansen) über einfache Formen der Intentionalität verfügen, aber nach wie vor gilt, dass nur der Mensch über eine Intentionalität höherer Ordnung, nämlich über eine „geteilte Intentionalität“ („shared intentionality“), auch „Wir- oder kollektive Intentionalität“ verfügt (Tomasello 2014: 4), die ihn zu Empathie und Kooperation befähigt und die „einzigartig im Tierreich ist“ (Tomasello 2011: 17).

Der Handlungsbegriff ermöglicht also, aus dem Gesamtkomplex menschlicher Verhaltensweisen bestimmte Teile herauszugreifen. Mit Hilfe des Handlungsbegriffes lässt sich der *intentionale Charakter* menschlichen Tuns hervorheben: Indem der Mensch seinen Handlungen „subjektiven Sinn“ zuerkennt, ihnen also bestimmte Bedeutungen attestiert, verbindet er *bewusst* ganz bestimmte Zielvorstellungen mit seinen Aktivitäten. Das bedeutet darüber hinaus, dass menschliches Handeln nicht Selbstzweck (ich handle nicht „um des Handelns willen“), sondern stets *Mittel zum Zweck* ist. Was auch immer wir beabsichtigen (die Beeinflussung eines Prozesses, das Herstellen eines Zustandes, das Dulden eines Missstandes, ...), unser Handeln ist stets zielgerichtet³. Ist unser Handeln in seinem Ablauf nun auch noch an anderen Menschen orientiert, dann spricht man von *sozialem* Handeln.

Soziales Handeln ist ein Handeln, „welches seinem von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist“ (Weber 1980: 1; 1984: 19). Dieses Verhalten anderer (Menschen) kann bereits vergangen sein, gegenwärtig ablaufen oder auch erst in Zukunft erwartet werden – entscheidend ist, dass es überhaupt mitgedacht wird. Ein Mensch handelt also dann sozial, wenn er – und sei es auch nur gedanklich – das Vorhandensein (bzw. die Verhaltensweisen) von (mindestens noch einem) anderen Menschen in sein Handeln miteinbezieht.

- **Bloßes Handeln** liegt etwa vor, wenn Menschen bei Beginn des Regens den Regenschirm aufspannen. Hier handeln sie *intentional*, denn es existieren konkrete Ziele für ihr Handeln (nicht nass werden wollen ...). Sie handeln dagegen *nicht sozial*: selbst wenn sie gleichzeitig und/oder auch gleichmäßig handeln, orientieren sie sich – was den Ablauf des Handelns betrifft – nicht an den anderen Menschen, sondern am Regen(!). Auch wenn sie durch wechselseitig beobachtetes Aufspannen erst auf den Regen aufmerksam werden, handeln sie ausschließlich im Hinblick auf sich (und den Regen) und nicht im Hinblick auf irgendeinen anderen Menschen.
- **Soziales Handeln** kann etwa am Beispiel des Geldverkehrs einsehbar gemacht werden: Indem eine Person beim Tauschverkehr Geld akzeptiert, orientiert sie ihr Handeln an der Erwartung, dass (sehr viele) andere Menschen in Zukunft ebenfalls bereit sein werden, dieses Geld als Tauschmittel anzunehmen. Damit ist ihr eigenes Handeln (Geld annehmen) *an anderen Menschen* (bzw. an deren zukünftigem Verhalten) *orientiert*: sie denkt deren zukünftiges Verhalten während ihrer Handlung mit, der Handlungsablauf (Geld als Tauschmittel akzeptieren und auch annehmen) ist von diesem Mitdenken fundamental bestimmt.

2.2 Menschliche Kommunikation als soziales Handeln

Menschliche Kommunikation soll nun unter dem Aspekt des bisher Gesagten als ein Prozess betrachtet werden, der im Bereich des sozialen Handelns⁴ anzusiedeln ist: Ein „kommunizierender“ Mensch ist jemand, der etwas im Hinblick auf (mindestens) einen anderen Menschen tut. Damit handelt er also „zutiefst“ sozial, weil er sein