

Patrick Rössler
Constanze Rossmann *Hrsg.*

Kumulierte Evidenzen

Replikationsstudien in der empirischen
Kommunikationsforschung



Springer VS

Kumulierte Evidenzen

Patrick Rössler · Constanze Rossmann
(Hrsg.)

Kumulierte Evidenzen

Replikationsstudien in der empirischen
Kommunikationsforschung

 Springer VS

Herausgeber

Patrick Rössler
Erfurt, Deutschland

Constanze Rossmann
Erfurt, Deutschland

ISBN 978-3-658-18858-0 ISBN 978-3-658-18859-7 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-18859-7>

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Inhalt

Vorwort	VII
„Ein guter Lehrer vermittelt eine zureichende Erklärung, ein großer Lehrer verunsichert“. Hans-Bernd Brosius und die Kommunikationswissenschaft	1
<i>Bertram Scheufele</i>	
Outfit oder Output? Wie Kleidungsstil und akademische Leistung reputationsrelevante Größen beeinflussen	17
<i>Oliver Quiring, Christina Köhler, Marc Ziegele, Mathias Weber und Markus Schäfer</i>	
Medienwächter, Medienentwickler, Medienverwalter. Zum Rollenverständnis von Mitgliedern der Rundfunkaufsichtsgremien 1988, 1998 und 2016	39
<i>Patrick Rössler</i>	
Online-Nutzung und individueller Schreibstil – 20 Jahre später	69
<i>Wolfgang Schweiger</i>	
Jugend, Internet und Pornografie. Eine repräsentative Befragungsstudie zu individuellen und sozialen Kontexten der Nutzung sexuell expliziter Inhalte im Jugendalter	91
<i>Thorsten Quandt und Jens Vogelgesang</i>	

Der Einfluss der Persönlichkeitsstruktur auf die Nutzung von Smartphone-Apps	119
<i>Andreas Fahr und Marijana Stevanovic</i>	
Dosiseffekte von Fallbeispielen in der Berichterstattung zur Diskriminierung von Menschen mit HIV	139
<i>Dominik J. Leiner und Florian Arendt</i>	
Die Wirkung von Musik in Informationsfilmen im Gesundheitsbereich ...	165
<i>Constanze Rossmann und Raphael Rossmann</i>	
Automatisch interessant? Der Einfluss von Involvement auf die Wahrnehmung computergenerierter Texte	189
<i>Mario Haim und Andreas Graefe</i>	
Fake Data? Zur Trennung von sauberen und verschmutzten Daten bei selbstadministrierten Befragungsmodi	207
<i>Olaf Jandura</i>	
Hans-Bernd Brosius und die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft. Autorinnen und Autoren sowie Themen der Beiträge in <i>Publizistik, Rundfunk und Fernsehen</i> und <i>Medien & Kommunikationswissenschaft</i> 1983 bis 2016	225
<i>Alexander Haas, Veronika Karnowski und Christina Peter</i>	
Anhang	245
<i>Elke Kronewald</i>	
1 Bibliographie Hans-Bernd Brosius	245
2 Bildergalerie	263
3 Die nächste Generation Kuzzvita	267
4 Weitere Autorinnen und Autoren	284

Vorwort

Vor genau zehn Jahren, anlässlich seines 50. Geburtstags, wurde Hans-Bernd Brosius für eine kleine Jubiläumsbroschüre befragt, wer denn seinen Artikel zum 60. für die Publizistik schreiben solle. Seine beiläufige Nennung meines Namens war mir zugleich Ehre und Verpflichtung. Anstatt des Aufsatzes ist es nun dank der wertvollen Zuarbeit unserer Autorinnen und Autoren doch eine ganze Festschrift geworden. Gemeinsam – ich habe Constanze Rossmann zu Beginn des Projekts ins Boot geholt, die wie die Autorinnen und Autoren dieses Bandes zu den Schülerinnen und Schülern von Hans-Bernd Brosius zählt – haben wir uns ein Konzept für ein Buch zurecht gelegt, das wir heute, rechtzeitig zu seinem Ehrentag, vorlegen können.

Wie würdigt man einen Mentor, dem man so viel verdankt? Wir haben darauf unsere eigene Antwort gefunden: Der beste Weg, das Werk eines Wissenschaftlers anzuerkennen, scheint für uns, es zum Anlass für weitere Forschung zu nehmen – als buchstäbliche Umsetzung der Metapher von den Schultern der Riesen, auf denen wir stehen. Und dieser ganz spezielle Riese blickt alleine auf ein so vielfältiges Schaffen zurück, dass das allfällige Schriftenverzeichnis am Ende dieses Bandes eine zweistellige Seitenzahl umfasst. Wie bedeutsam und vielsagend sein Werk bis heute ist, mag die kleine Auswahl von Replikationsstudien verdeutlichen, die wir als Festgabe an Hans-Bernd Brosius gemeinsam mit seinen anderen Schülerinnen und Schülern initiiert haben.

Es sind also keine Schubladenmanuskripte versammelt, sondern originär für diese Festschrift abgefasste Aufsätze, für die empirische Erhebungen wiederholt oder neu konzipiert wurden, die einen Bezug zu dem Oeuvre von Hans-Bernd Brosius aufweisen. Für sich genommen besitzt jeder Beitrag seinen eigenständigen wissenschaftlichen Wert; in ihrer Gesamtheit möchten wir sie als Verneigung vor unserem akademischen Lehrer verstanden wissen. Dabei handelt es sich nur teilweise um tatsächliche Replikationen, denn die ursprünglichen, zuweilen Jahrzehnte zurückliegenden Originalstudien mussten weiterentwickelt, adaptiert oder

verfeinert und konnten zum Teil auch widerlegt werden. Manche Autorinnen und Autoren knüpfen eher lose an Hans-Bernd und sein Werk an, mal mehr und mal weniger ernsthaft, aber selbst das Augenzwinkern beruht auf einem empirischen Fundament.

Am Rande sei bemerkt, dass wir mit diesem Band gleichzeitig ein bescheidenes Scherflein zur Festigung des Wissens in unserem Fach beitragen wollen. Der Kommunikationswissenschaft wird ja zuweilen vorgeworfen wird, dass sie (anders als ihre Schwesterdisziplinen Psychologie und Soziologie, wo das zum Standard gehört) viel zu selten Replikationsstudien durchführt. Zumindest ansatzweise soll hier aufgezeigt werden, wie lohnenswert es trotz aller methodischer Klippen dieses Vorgehens sein kann, sich nach einiger Zeit nochmals des vermeintlich sicher Geglaubten zu vergewissern und den aktuellen Forschungsstand mit den sich daraus ergebenden Modifikationen und Re-Kontextualisierungen zu befruchten.

Die Auswahl der Autorinnen und Autoren orientiert sich an der spezifischen Natur der Arbeitsbeziehung zu Hans-Bernd Brosius: Zur Mitwirkung eingeladen wurden all jene, die entweder bei Hans-Bernd Brosius promoviert oder sich habilitiert haben und auf eine Professur berufen wurden oder derzeit als Post-Doc bei Hans-Bernd Brosius tätig sind. Wir hatten immer das Gefühl, dass unser Mentor ganz besonders auf die Förderung von Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern achtet, und es ist sicher ein ganz prägnantes Merkmal seiner Karriere, wie viele im Fach etablierte Kolleginnen und Kollegen er inzwischen an eine Hochschullaufbahn herangeführt hat. In diesem Geiste möchten wir das vorliegende Gemeinschaftswerk auch als eine Art Dankeschön für das Vertrauen und die Unterstützung der vergangenen Jahrzehnte verstanden wissen. Wir haben dem unter dem Stichwort „Die nächste Generation“ in einem erweiterten, biographisch gefärbten Autorenverzeichnis am Ende dieses Bandes Rechnung getragen. In einem weiteren kurzen Autorenverzeichnis finden sich alle Ko-Autorinnen und -Autoren, die uns bei den einzelnen Beiträgen unterstützt haben, auch wenn sie sich selbst nicht als Schülerinnen oder Schüler von Hans-Bernd Brosius im oben genannten Sinne verstehen (da es sich bei diesen jeweils um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hans-Bernds Schülern handelt, könnte man diese auch als seine Enkelgeneration ansehen).

Damit vereint diese Festschrift nur einen ganz spezifischen und sehr eng eingegrenzten Kreis von Gratulanten – natürlich gäbe es im Fach und darüber hinaus, national und international noch viele andere Weggefährtinnen und -gefährten, denen an einer Würdigung von Hans-Bernd Brosius sehr viel liegt. Die Liste derjenigen ist lang, die vom Austausch mit ihm als Vorsitzendem und langjährigem aktivem Mitglied unserer Fachgesellschaft, Direktor eines außeruniversitären Forschungsinstituts, gefragtem Referent und Berater in der Medien- und Forschungspraxis und

Teil eines verzweigten Forschungsnetzwerks (nicht zuletzt durch die Beteiligung an Verbundprojekten) profitiert haben. Man möge uns verzeihen, dass genau wir uns zu diesem Sammelwerk deswegen zusammengefunden haben, weil wir glauben, Hans-Bernd Brosius vielleicht etwas mehr zu verdanken als andere unserer hoch geschätzten Kolleginnen und Kollegen.

Aber gleichzeitig ist der Anlass für diese Schrift nur eine Durchgangsstation auf dem Pfad unserer aller anhaltenden, fortdauernden Zusammenarbeit und Freundschaft mit Hans-Bernd. Wir freuen uns auf weitere gemeinsame Tagungsbesuche, aber genauso auf Wanderungen, Fahrrad- und Schlauchboottouren, Institutsfeste und die nächste Idee für ein Projekt, das man unbedingt mal machen müsste.

Danke, im Namen aller Deiner Schüler
Patrick und Constanze
August 2017

„Ein guter Lehrer vermittelt eine zureichende Erklärung, ein großer Lehrer verunsichert“

Hans-Bernd Brosius und die Kommunikationswissenschaft

Bertram Scheufele

Zusammenfassung

Der Beitrag würdigt die akademischen Lebensleistung von Hans-Bernd Brosius, indem er sie anhand folgender Fragen in Beziehung zu aktuellen Tendenzen in der Kommunikationswissenschaft setzt: Ist die Kumulation von Evidenzen das Ziel der Kommunikationswissenschaft? Tendieren wir zur theoretischen und methodischen Konventionalität? Ist die Kommunikationswissenschaft der Spiegel der Gesellschaft? Was sucht ein Psychologe in der Kommunikationswissenschaft? Was bleibt?

Schlüsselbegriffe

Kumulation von Evidenzen, Selbstverständnis, Psychologie, Reduktionismus, Optimierung

Ob Hans-Bernd Brosius ein guter oder ein großer Lehrer ist, muss jede und jeder seiner Schülerinnen und Schüler für sich selbst entscheiden. Weshalb bemüht der Titel dieses Beitrags dann Sennetts (2011, S. 15) Worte? Nun, weil sie zu einer Reihe konkreter Fragen motivieren, mit denen sich eine akademische Lebensleistung betrachten lässt: Was wollen wir als akademische Lehrer und Lehrerinnen eigentlich erreichen? Wollen wir regelmäßig Drittmittelprojekte einwerben? Wie wichtig ist uns, dass unsere Schülerinnen und Schüler die Professorenlaufbahn einschlagen?

Wollen wir empirische Evidenzen in mehr als einem Forschungsfeld sammeln, also mehrere, tatsächlich verschiedene Standbeine haben oder nur das uns vertraute Feld beackern? Welche Lust oder Last ist uns die akademische Lehre? Leben wir vor allem von Interviewauftritten im Fernsehen? Wollen wir auch in der universitären Selbstverwaltung wirken – als Institutsdirektorinnen und Institutsdirektor, Dekane und Dekaninnen oder Vorsitzende einer Fachgesellschaft bzw. Fachgruppe? Verstehen wir uns bei all dem als originäre Kommunikationswissenschaftler oder eher als Politikwissenschaftler, Psychologen, Soziologen oder Kulturwissenschaftler?

Die Würdigung der akademischen Lebensleistung von Hans-Bernd Brosius lässt sich aber auch in Beziehung zu aktuellen Tendenzen in unserem Fach setzen. Bereits an dieser Stelle sei ausdrücklich betont, dass ich einiges durchaus auch selbstkritisch verstanden wissen will. Im Einzelnen stelle ich mehrere Fragen, von denen die erste auch den Leitgedanken dieser Festschrift aufgreift:

- Ist die Kumulation von Evidenzen das Ziel der Kommunikationswissenschaft?
- Tendieren wir zur theoretischen und methodischen Konventionalität?
- Ist die Kommunikationswissenschaft der Spiegel der Gesellschaft?
- Was sucht ein Psychologe in der Kommunikationswissenschaft?
- Was bleibt?

1 Ist die Kumulation von Evidenzen das Ziel der Kommunikationswissenschaft?

Ist das Ziel der Kommunikationswissenschaft wirklich nur die Kumulation empirischer Evidenzen für eine Theorie oder Hypothese? Im lehrbuchartigen Verständnis des Kritischen Rationalismus (vgl. Popper 1989) kann man das zunächst so sehen. Demnach dient die wiederholte empirische Überprüfung von Hypothesen dazu, sich der Wahrheit möglichst gut anzunähern. Erst wenn eine Hypothese mehrfach empirisch nicht falsifiziert werden konnte, kann sie als vorläufig bewährt gelten (vgl. z. B. Scheufele und Engelmann 2009, S. 22) – genau darauf zielt der Gedanke kumulierter Evidenzen bzw. die Idee von Replikationsstudien. Beispielsweise ist die Fülle empirischer Belege für Agenda-Setting-Effekte zumindest auf Aggregatdatenbasis unbestritten (vgl. Maurer 2010, S. 35ff.). Mit Lakatos (1982, S. 46ff.) kann die Agenda-Setting-Forschung als harter Kern eines Forschungsprogramms betrachtet werden, der sich gegen empirische Anomalien, also Phänomene, die Agenda-Setting widersprechen oder sich damit nicht erklären lassen, eine Zeitlang mit Hilfhypothesen schützen konnte. Irgendwann war das aber nicht mehr

möglich – vor allem, weil Agenda-Setting jene Phänomene nicht erklären kann, die Framing und Priming besser beschreiben (vgl. Scheufele 2016, S. 55ff.).

Der Gedanke kumulierter Evidenzen und die Idee von Replikationsstudien ist bei einem neuen Forschungsgegenstand oder einem jungen theoretischen Ansatz erst einmal die treibende Kraft. Nicht nur die Forschung zu Agenda-Setting, sondern auch zum Third-Person-Effekt (vgl. z. B. Paul et al. 2000) hat freilich gezeigt, dass die Anhäufung immer gleicher empirischer Belege irgendwann keinen Erkenntniszuwachs mehr bringt.¹ Auch statistische Meta-Analysen ändern daran dann wenig (vgl. Scheufele 2011, S. 346). Agenda-Setting, Framing, Priming oder Third-Person-Effekte sind aber nicht die einzigen Felder, in denen es mittlerweile eher eine Kumulation bekannter Evidenzen denn neue Erkenntnisse oder drängende offene Fragen gibt.² So beklagt Schulz (2009, S. 103) für die gesamte Medienwirkungsforschung, sie stütze „sich vielfach auf Ergebnissammlungen, die methoden-unkritisch und weitgehend theoriefrei empirische Befunde kompilieren“.

2 Tendieren wir zur theoretischen und methodischen Konventionalität?

Betrachtet man unser Fach in manchen Feldern, drängt sich teilweise ein Eindruck auf, den – das haben diverse Gespräche in den letzten Jahren gezeigt – offenkundig auch andere Kollegen haben. So kam beispielsweise Hanitzsch (2016) in seiner Bestandsaufnahme der Publikationskultur unseres Fach zu Einschätzungen, die sich vermutlich auch auf andere Disziplinen übertragen lassen – zu denken ist etwa an die aktuelle Debatte in der Psychologie (vgl. z. B. Ulrich et al. 2016). Als national und international präsender Autor und damit als glaubwürdiger Rufer beklagt Hanitzsch (2016, S. 47) ein „geradezu wahnwitziges Publikations-Wettrüsten“ und ein System, das „konventionelles Denken auf Kosten unkonventioneller, risikoreicher Ideen“ (Hanitzsch 2016, S. 49) privilegiere. Nun haben wir alle nicht ausschließlich hochinteressante Publikationen, sondern sicher auch die eine oder andere konventionelle Studie zu verantworten. Gleichwohl hatte man in den letzten zehn Jahren gerade als Gutachter für internationale Journals das Gefühl, dass

-
- 1 So schreibt Tsfaty (2011): „With the immense popularity of research on the third-person effect, a growing critique of this tradition is that it lacks sufficient theoretical progress“.
 - 2 Höchstens die Frage, inwiefern sich unsere Theorien auch auf Phänomene rund um Digitalisierung und Social Media anwenden lassen (vgl. z. B. Jandura et al. 2013), kann man hier ausklammern.

die Zahl der eingereichten und veröffentlichten Studien zunimmt, die mit einem enormen methodischen oder statistischen Überbau theoretisch doch eher überschaubare Variablenzusammenhänge beleuchten.³ Auch Hans-Bernd Brosius sieht dies mittlerweile so und befürchtet, dass unser Fach, durch „Empirielastigkeit und Kleinteiligkeit [...] den Blick auf unsere zentralen Fragen“ (Brosius et al. 2013, S. 8) zu verlieren droht. Nun kann man solche Tendenzen weiter beklagen oder – auch mit selbstkritischem Blick – handeln.⁴

Manchen mögen solche Klagen auch an den alten Vorwurf des „Variablenansatzes“ (Maletzke 1988, S. 108ff.) oder der „*Variablen-Soziologie*“ (Esser 1999, S. 401; Herv. i. O.) erinnern. Selbst Hans-Bernd Brosius musste sich diesen Vorwurf von dem einen oder anderen Vertreter alternativer methodologischer Schulen anhören. Tatsächlich bezeichnete Maletzke mit dem Begriff „Variablenansatz“ zunächst die Tatsache, dass jede Wissenschaft die Komplexität der Realität reduzieren muss. Als problematisch muss man erst den von Meidl (2009, S. 126f.; Herv. i. O.) beschriebenen „*Reduktionismus auf technisch handhabbare Variablen*“ bewerten, der nach seiner Ansicht den vom Kritischen Rationalismus vertretenen Anspruch auf „Theorien mit großer Reichweite“ aushebelt. Als Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler vertreten wir natürlich keinen naturwissenschaftlichen, sondern einen sozialwissenschaftlichen Anspruch auf Theorien mittlerer Reichweite (vgl. dazu Merton 1996, S. 41ff.). Selbst dann jedoch ist in manchen Feldern unseres Faches eine gewisse Spielart des Variablenreduktionismus erkennbar. Sie klingt auch in Hanitzschs (2016, S. 49) Klage über die Tendenz zum konventionellen, risikoarmen Denken an.

Am einfachsten lässt sie sich aber als *Zerrbild eines strategischen Ratschlags an den wissenschaftlichen Nachwuchs* illustrieren:⁵ Wähle Forschungsfelder, mit denen

-
- 3 Damit soll nicht gesagt werden, dass überschaubare Fragen nicht gestellt werden dürfen. Ein gutes Beispiel dafür, wie man auch als Empiriker große und grundsätzliche Fragen aufwerfen kann, legen Van Aelst et al. (2017) mit ihrem Beitrag zu aktuellen Herausforderungen der politischen Kommunikationsforschung vor.
 - 4 In einer aktuellen Diskussion zur Fachgeschichte (vgl. Meyen 2016) sagte Martina Thiele: „Wir reproduzieren die Strukturen, die wir kritisieren. [...] Daher] sollten wir das irgendwann einmal reflektieren und uns fragen, warum wir mittun und uns einem System anpassen, das wir nur bedingt gut finden“.
 - 5 Anna Theis-Berglmair (2012, S. 279) antwortete auf die Frage nach einem guten Ratschlag an den Nachwuchs unter anderem so: „Man kann es sich natürlich leicht machen und im Mittelfeld mitschwimmen, damit macht man keinen Fehler. Strategisch orientierte Nachwuchswissenschaftler, denen das Wichtigste im Leben die Professur ist, sollten immer mit dem Strom schwimmen, sich im Mainstream positionieren. Es wird nicht goutiert, wenn man zu Beginn der Karriere zu kreativ, zu innovativ und zu interdisziplinär ist. Das kann man sich erst leisten, wenn man schon positioniert ist. That's life.“

schon andere erfolgreich waren, erforsche gut überschaubare Fragen, die sich mit bewährten, möglichst experimentellen Designs umsetzen lassen, nutze Skalen, die schon andere verwendet haben, anstatt mit selbst entwickelten Messinstrumenten anfechtbar zu werden und werte die Daten mit möglichst komplexen statistischen Verfahren aus. Es liegt in der Natur eines Zerrbildes, dass es die Realität nicht abbildet, sondern überzeichnet. Zurecht mag man einwenden, dass an einer strategischen Karriereplanung schließlich auch nichts verkehrt ist. Hans-Bernd Brosius hat mit seinen Schülerinnen und Schülern und Anderen ebenfalls darüber gesprochen und diskutiert, was wichtig und sinnvoll ist – etwa keine randständigen Themen zu bearbeiten und empirisch-quantitativ zu forschen anstatt nur theoretisch zu arbeiten. Er hat aber auch vorgelebt und dazu geraten, nicht nur kleine, sondern auch größere, dabei jedoch empirisch umsetzbare Fragen anzugehen oder – ab einem bestimmten Zeitpunkt – dann auch selbst Forschungsprojekte einzuwerben. In dem von Hanitzsch (2016, S. 49) beschriebenen „Publikations-Wettrüsten“ scheint gerade für solche größeren Projekte, insbesondere für Projekte mit dem von den der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geforderten Anspruch auf Grundlagenforschung (vgl. Strohschneider 2013, S. 5) jedoch nicht viel Platz zu sein. Denn für sich genommen ist ein mehrjähriges Forschungsprojekt – im musikalischen Sinne – zunächst ein Ritardando oder vielleicht sogar ein Ritenuto für eine Publikationsliste.

Ob ein – wie im obigen Zerrbild überzeichnetes – strategisches Denken auf Kosten „unkonventioneller, risikoreicher Ideen“ (Hanitzsch 2016, S. 49) also zu Lasten von Kreativität geht, kann man nur im Einzelfall bewerten. Ich will das an drei Beispielen illustrieren. Das erste betrifft den Import bewährter Skalen aus anderen Fächern. Aus der Psychologie wurde in unser Fach mittlerweile z. B. der dort populäre⁶ Implicit Association Test eingeführt. Bereits Fielder et al. (2006) haben jedoch gewichtige Einwände gegen diesen Test formuliert. „[Nevertheless], proponents [of this test] continue to show no interest in testing falsifiable implications“ (Fielder et al. 2006, S. 92). Ignoriert man substantielle Einwände, stellt sich die Frage, ob man sich nicht einer pragmatischen Wahrheitstheorie (vgl. kritisch z. B. Zoglauer 2008, S. 31f.) verpflichtet, die vor allem das als wahr betrachtet, was z. B. Anerkennung verspricht. Damit soll freilich nicht in Abrede gestellt werden, dass der Import sozialwissenschaftlicher Ansätze und Verfahren unser Fach in mehrfacher Hinsicht befruchtet hat – dazu später mehr. Das zweite Beispiel betrifft

Man muss damit leben können, dass man nicht sofort die Belohnung bekommt und dass nicht alles aufgeht, was man sich vornimmt. Aber das ist in anderen Berufen auch so.“

6 Vgl. dazu Fielder et al. (2006, S. 78f.).

den Einsatz statistischer Verfahren. Mitunter kann es sogar sinnvoll sein, die Zusammenhänge zwischen Variablen mittels Mediator- und Moderatoranalyse (vgl. Hayes 2013) genauer zu beleuchten. Allerdings sollte vor allem bei der Moderation nicht vergessen werden, dass der Informationsgehalt einer Hypothese sinkt, wenn deren Wenn-Komponente genauer spezifiziert wird, die Dann-Komponente jedoch unverändert bleibt (vgl. allgemein dazu Prim und Tilmann 1989, S. 73ff.; für die Persuasionsforschung vgl. analog z. B. Mayerl 2009, S. 38f.).

Das dritte Beispiel gilt Hans-Bernd Brosius. Vielleicht im Gegensatz zu manchen seiner Schülerinnen und Schüler haben mich andere Arbeiten von ihm sogar mehr beeindruckt als die in seiner Habilitationsschrift (Brosius 1995) kumulierten Erkenntnisse zur Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption – ohne deren Stellenwert damit schmälern zu wollen. Als Projektmitarbeiter habe ich mich aus naheliegenden Gründen eingehender mit seinen Untersuchungen zur Rolle der Massenmedien bei fremdenfeindlicher Gewalt (z. B. Brosius und Eps 1993; Brosius und Esser 1995) auseinandergesetzt. Eine ausführliche Würdigung dieser Forschung, zu der neben Arbeiten zur Kriminalitätsberichterstattung vor allem weitere Studien zu medialen Anstiftungseffekten (z. B. bei Suizid, Terrorismus) gehören, habe ich bereits an anderer Stelle vorgenommen (vgl. Scheufele 2015). Insbesondere der längsschnittliche Zugriff steht in einer Tradition, die noch in die Mainzer Jahre von Hans-Bernd Brosius zurückreicht. Bis heute finde ich beispielsweise das gemeinsam mit Hans Mathias Kepplinger, Klaus Gotto und Dietmar Haak veröffentlichte Buch zu Agenda-Setting sowohl modelltheoretisch als auch methodisch bzw. statistisch kreativ. Genau darin bieten Kepplinger et al. (1989) ein gutes Gegenbeispiel zu der von Hanitzsch (2016) beklagten Tendenz. Denn zum einen legen die Autoren, indem sie der klassischen Linearitätsannahme des Agenda-Setting non-lineare Impulsmodelle gegenüberstellen (vgl. Kepplinger et al. 1989, S. 94f.), neue theoretische Überlegungen vor. Zum anderen wenden sie nicht einfach ein statistisches Verfahren (z. B. Zeitreihenanalysen) an oder adaptieren einen von Statistikern entwickelten Algorithmus. Vielmehr übersetzen sie die jeweiligen theoretischen Überlegungen (z. B. zum Trägheitsmodell) in mathematische Gleichungen, die sicher auch anfechtbar sind, aber eben einmal anders vorgehen als viele Vorgänger- und Nachfolgestudien (vgl. Kepplinger et al. 1989, S. 140ff.).⁷ Ein solches Denken jenseits ausgetretener Pfade trägt zum wissenschaftlichen Fortschritt mehr bei als eine nur strategisch motivierte Anwendung bewährten Wissens, wiederholt eingesetzter Skalen und komplexer statistischer Verfahren.

7 Beispielsweise wurde beim Beschleunigungsmodell „die Zeitreihe der Medienberichterstattung durch die Wurzel der Differenzbeiträge ($t_2 - t_1$) ersetzt“ (Kepplinger et al. 1989, S. 142).

In einer Neujahrsansprache hat DFG-Präsident Peter Strohschneider dies noch wuchtiger formuliert: „Je größer und bedrängender gesellschaftliche Herausforderungen werden, umso wichtiger ist es, in der Wissenschaft nicht ausschließlich auf das alte Neue zu setzen [...]. Man muss daneben und zugleich aber auch auf das neue Neue setzen: auf das Hinausschieben der Grenzen des Denkbaren, auf das emphatisch Innovative, auf Antworten, die nicht schon von den gestellten Fragen vorgezeichnet sind“ (Strohschneider 2013, S. 5).

3 Ist die Kommunikationswissenschaft der Spiegel der Gesellschaft?

Allerdings sollte man die Augen nicht vor der Realität verschließen. Die hochschulpolitischen Reformen im Gefolge der Bologna-Reform haben für die Universitätsleitung, für die Forschenden und Lehrenden und sogar für die Lernenden Bedingungen geschaffen, die – und das ist mittlerweile Common Wisdom – den ökonomischen Primat favorisieren. Schon vor fast zwanzig Jahren warnte der Deutsche Hochschullehrerverband (1999): „Die Universität ist weder Wirtschaftsbetrieb noch Ausbildungsfabrik“. Die erwähnten Bedingungen betreffen natürlich nicht nur unser Fach. So resümiert z. B. Asendorpf (2016) in seiner Replik auf Vorschläge von Abele-Brehm und Bühner (2016) zur Optimierung von Berufungsverfahren in der Psychologie: „Indikatoren wie z. B. der Hirsch-Index spiegeln zumindest bei Jüngeren [...] auch eine Orientierung am Mainstream wider und behindern dadurch eigenständige Ansätze“ (Asendorpf 2016, S. 268).⁸ Diese Beobachtung deckt sich mit den Einschätzungen von Hanitzsch (2016). Als Nachwuchs kann man die beschriebenen Bedingungen ignorieren, aber man droht dann wohl unter die Räder zu kommen. Oder man spielt wenigstens teilweise mit, versucht jedoch auch, ein eigenständiges Profil zu entwickeln. Das ausschließliche Publizieren in immer gleichen Teams von drei, vier oder mehr Autorinnen und Autoren dürfte dafür jedoch nicht das probate Mittel sein. Hans-Bernd Brosius hat die hier skizzierten Aspekte – nicht zuletzt in seiner Vorstandstätigkeit für unsere Fachgesellschaft und in den langen Jahren als sozialwissenschaftlicher Dekan an der Ludwig-Maximilians-Universität

8 Verknüpft man dieses Argument mit der von Brosius et al. (2013, S. 8) kritisierten Tendenz zu kleinteiligen Fragestellungen, müsste ein hoher Wert auf dem Hirsch-Index mittlerweile eigentlich vor allem ein Ausdruck davon sein, dass viele Autoren, die kleinteilig forschen, die kleinteilige Forschung eines anderen Autors oder einer anderen Autorin zitieren – anders gesagt: Je höher der H-Index, desto mehr Kleinteiliges wird publiziert.

München (vgl. dazu Haas 2016) – aufmerksam verfolgt und wiederholt kritisch kommentiert. Zugleich hat er den fach- und hochschulpolitischen Entwicklungen für das Münchener Institut aber auch strategisch Rechnung getragen.

Ab und an sollte das Wissenschaftssystem freilich seine autopoietische⁹ Brille ablegen. Dann dürfte es offen für das Argument sein, dass einige Entwicklungen im wissenschaftlichen und universitären Betrieb wahrscheinlich einfach auch gesamtgesellschaftliche Trends spiegeln. Einen davon habe ich an anderer Stelle als „Optimierungsoptimismus“ (Scheufele 2017) bezeichnet. Seinen Ausdruck findet er z. B. in Checklisten und Ratgebern für alles und nichts, in der vielerorts kritisierten „Regulierungswut“ (z. B. Hoffjan 2015, S. 4) oder in Online-Dating. Für das Personalmanagement von Unternehmen spricht Schödlbauer (2013, S. 139f.) sogar vom „Zwang zur Selbstoptimierung“. Nach ihrer umsichtigen Diskussion diverser Persönlichkeitstests stellt sie fest: „Der Geltungsbereich von Schillers Satz, der Mensch sei nur da ganz Mensch, wo er spielt, ist in den heutigen Lebenswelten auf ein Minimum geschrumpft“ (Schödlbauer 2013, S. 155). Einen ungesunden Blick auf den Menschen bemängelt Miller (2008, S. 606) auch an der positiven Psychologie, die seiner Meinung nach dem Bild eines oberflächlichen Karrieristen mit übersteigertem Selbstwertgefühl das Wort rede. Unbenommen davon, ob man dieser Polemik folgen will oder nicht, ist die positive Psychologie in unserem Fach seit einiger Zeit durch Konstrukte wie „happiness“ und „well-being“ ebenfalls präsent (vgl. z. B. Kim und Lee 2011). Aber auch in Fächern, welche die Gesellschaft stärker in den Blick nehmen, findet sich die Optimierungsfigur. Pentlands (2014) Konzeption einer auf Big Data basierenden „Social Physics“ bietet durchaus interessante Überlegungen, blieb aber nicht unwidersprochen. So kritisierte Carr (2014): „[T]here are good reasons to be nervous about this sort of social engineering [...]. Social physics is a variation on the theory of behavioralism [...] and it suffers from the same limitations that doomed its predecessor“.

Sicher ist Optimierung oft sinnvoll. Angesichts der ideologischen Wächter, die mittlerweile an verschiedenen Fronten anzutreffen sind,¹⁰ ist zu betonen, dass es

9 Autopoiesis ist der Theorie sozialer Systeme von Luhmann (1984) hier nur als Figur entlehnt.

10 Nassehi (2015, S. 61) dazu: „Die linke Seite mit ihrem Zug zur Universalisierung von Argumenten und der Absehung von Gruppenunterschieden lebt vom Fantasma einer Gesellschaft, die man über die Einsicht in eine wie auch immer geartete Notwendigkeit binden kann, während die rechte Seite mit dem Fantasma lebt, dass eine sozial homogene Gesellschaft per se leichter zu steuern und damit übersichtlicher sei“. Deutliche Worte findet Hume (2015, S. 31; Herv. i. O.) für die „reverse-Voltaires [... whose mantra is:] ‚Think of yourself and don't let others enjoy the privilege of thinking differently‘“ (vgl. auch Cosslett 2013; ausführlich auch Strenger 2015).

zur Meinungsfreiheit wie auch zur Freiheit von Forschung und Lehre gehört, den Optimierungsgedanken aussprechen und anwenden zu dürfen.¹¹ Dennoch ist darüber nachzudenken, welche Botschaft (z. B. Menschenbild) wir dem wissenschaftlichen Nachwuchs und den Studierenden vermitteln, wenn unsere Theorien oder Lehrkonzepte (vgl. dazu auch z. B. Durodie 2015) vor allem dem Optimierungsprinzip frönen. Wenn wir Optimierung nämlich einmal bis zu Ende denken, berauben wir uns nicht nur unserer Freiheit zu kreativen und klugen, sondern auch unserer Freiheit zu ‚unzeitgemäßen‘ Entscheidungen – und diese können sich dann als gar nicht so ‚dumm‘ herausstellen. Wer z. B. als promovierter Nachwuchs jetzt versucht, neben den derzeit von allen favorisierten hochrangigen Publikationen auch hochrangige Drittmittelprojekte einzuwerben, könnte in einigen Jahren aus der Masse der Konkurrenz hervorstechen.

Einer Optimierung dienen im Grunde auch die Fördermaßnahmen und das Coaching für den wissenschaftlichen Nachwuchs, die in unserem Fach in den letzten Jahren etabliert und ausgebaut wurden.¹² Dazu kann man sicher geteilter Meinung sein. Unbestritten dürfte aber sein: Die eigenen akademischen Lehrerinnen und Lehrer sowie die Herausforderungen und Bestätigungen durch andere Kollegen und Kolleginnen auf Tagungen oder im universitären Alltag sind und bleiben für den Nachwuchs das prägende Moment. Hans-Bernd Brosius hat seine Schülerinnen und Schüler gefordert und gefördert – dabei auf durchaus unterschiedliche Weise. Das mag in der einen oder anderen Situation dann vielleicht nicht jede oder jeder als fair oder sinnvoll empfunden haben. Zweifellos aber hatte Hans-Bernd Brosius – so mein Eindruck in den Münchener Jahren – ein recht gutes Gespür dafür, wer alleine laufen kann und vor allem, wer überhaupt laufen will. Wem er dies zutraute, der hatte auch entsprechende Freiheiten. Ich bin ebenfalls der Auffassung, dass man den wissenschaftlichen Nachwuchs – bei aller notwendigen – Förderung letztlich nicht zum Jagen tragen kann.

11 Das schließt natürlich ebenso mit ein, dem Optimierungsgedanken widersprechen zu dürfen. Denn wir müssen auch die „Kränkungen aushalten, die mit Kritik an unseren eigenen Weltanschauungen fast notwendigerweise verbunden sind“ (Strenger 2015, S. 76).

12 Coaching-Angebote werden mittlerweile auch für (junge) Professorinnen und Professoren angeboten. Während die einen in ihren Anfangsjahren einfach aufmerksam beobachten und dazulernen, nutzen andere solche Angebote ausgiebiger. Amüsant zu beobachten ist dann mitunter, wenn in bestimmten Situationen ein souveränes oder flexibles Handeln auf ein antrainiertes, schablonenhaftes Verhaltensmuster trifft.

4 Was sucht ein Psychologe in der Kommunikationswissenschaft?

Wenn die Förderung durch den akademischen Lehrer so entscheidend sein soll, stellt sich die Folgefrage: Was kann jemand, der ursprünglich kein studierter Kommunikationswissenschaftler ist, den eigenen Schülerinnen und Schülern denn vermitteln? Provokanter gefragt: Was sucht ein Psychologe, ein Politikwissenschaftler, ein Soziologe oder ein Kulturwissenschaftler eigentlich in der Kommunikationswissenschaft? Zumindest heute fällt die Antwort leicht: Wir haben längst genügend eigenen Nachwuchs in unserem Fach. Das war zu den Zeiten, als Hans-Bernd Brosius in die Kommunikationswissenschaft wechselte, noch nicht in diesem Maße der Fall. Nach Studium und Promotion in der Psychologie geschah seine „Hinwendung zur Kommunikationswissenschaft [...] nicht ganz freiwillig“, wie Haas (2016) es formuliert. Hans-Bernd Brosius kam über ein Mainzer Forschungsprojekt in unser Fach. An seinem Beispiel lässt sich dabei illustrieren, wie sich ein Fachwechsel im Idealfall vollzieht. Sicherlich zeigt schon die Dissertation von Hans-Bernd Brosius Bezüge zu unserem Fach. Gleichwohl hat er sich eben auch voll auf das Fach eingelassen – vielleicht weit mehr als mancher, der ebenfalls in die Kommunikationswissenschaft gewechselt ist. Zwar ist eine psychologische Note in seinen Forschungsthemen (z. B. Rezeptionsforschung) oder im Fokus auf bestimmte Variablenzusammenhänge erkennbar. Dennoch ist er ein echter Kommunikationswissenschaftler – und kein Psychologe, der psychologische Fragen eben auch an Medienbeispielen untersucht. Als Beisitzer bei mündlichen Prüfungen in den Münchener Jahren konnte man manchmal staunen, welches Detailwissen Hans-Bernd Brosius beispielsweise in Mediengeschichte hat. Auch dafür waren sicher seine Mainzer Jahre prägend. Darüber hinaus zeigt die breite Palette der von ihm untersuchten Themen und Fragen (vgl. ausführlich Haas 2016), dass er ein Kommunikationswissenschaftler ist.

Seine Habilitation zur Alltagsrationalität ist dennoch auch Ausdruck der kognitionspsychologischen Theorieimporte in unser Fach. Damit verbunden stellt sich die generelle Frage nach Theorieimporten in die Kommunikationswissenschaft. Michael Meyen hat in einer aktuellen Diskussion zur Fachgeschichte gesagt: „Die Kommunikationswissenschaft zitiert reputationsstarke Fächer, um ihre eigene Arbeit zu legitimieren“ (Meyen 2016). Wie weit verbreitet dieses Phänomen ist, kann ich nicht quantifizieren. Tatsächlich preist mancher im Fach z. B. die Psychologie als Leitdisziplin,¹³ an deren Standards man sich auch in der Kommunikationswis-

13 Arnulf Kutsch verweist in der erwähnten Diskussion zur Fachgeschichte wiederum auf die Soziologie (vgl. Meyen 2016). Aufgrund ihres breiteren Gegenstandsbereichs wäre die Soziologie als Leitdisziplin zumindest etwas überzeugender als die Psychologie.

senschaft orientieren müsse.¹⁴ Das provoziert freilich die Nachfrage, warum man dann überhaupt Kommunikationswissenschaftler bleiben oder werden will. Denn wer die Psychologie als Leitdisziplin sieht, sollte dorthin wechseln oder weiterhin in der Psychologie sein Glück versuchen.

Wenn man sich als Kommunikationswissenschaftler versteht, kann man sich umgekehrt der Frage nicht entziehen, wie Theorieimporte aus anderen Sozialwissenschaften möglich sind, ohne das Selbstverständnis bzw. die Identität der Kommunikationswissenschaft mindestens herauszufordern (vgl. weiterführend z. B. Potthoff und Weischenberg 2014). Gleich vorweg: Eine wirklich abschließende Antwort habe ich – insbesondere angesichts der Herausforderungen durch Digitalisierung und Social Media – immer noch nicht gefunden. An anderer Stelle (vgl. Scheufele 2015, S. 75ff.) habe ich für Effekte des Medien-Priming aber versucht, über das deduktiv-nomologische Erklärungsdilemma (vgl. Hempel und Oppenheim 1948, S. 138) zwei Arten eines angemessenen Theorieimports zu beschreiben. Bei der „Minimallösung“ wird eine fachfremde Hypothese wenigstens über die genuin kommunikationswissenschaftlichen Randbedingungen des Explanans fachspezifisch eingefangen. Bei der psychologischen Hypothese zum Priming-Effekt kann das beispielsweise über die von Noelle-Neumann (1973) erwähnten Faktoren der Kumulation und Konsonanz gelingen, mit denen man an das Argument des Frequent Priming anknüpfen kann (vgl. auch zu Recent Priming z. B. Fiske und Taylor 1991, S. 262ff.; Higgins 1996, 138f.). In diesem Fall bildet aber immer noch eine fachfremde Hypothese den Kern des Explanans. Bei der „Maximallösung“ hingegen sind sowohl die Randbedingungen als auch die Hypothese originär kommunikationswissenschaftlich. So handelt es sich bei der Schweigespiraltheorie (vgl. Noelle-Neumann 1982) um einen fachspezifischen Ansatz, der zwar Anleihen aus anderen Disziplinen nimmt, bei dem jedoch das kommunikationswissenschaftliche Primat unbestritten sein dürfte. Um es deutlich zu betonen: Auch ich muss immer wieder fragen, ob eine aktuelle Fragestellung, an der ich gerade arbeite, nicht eher der Minimallösung des Theorieimports entspricht – oder überspitzt gefragt: Ist das noch Kommunikationswissenschaft? Nun braucht uns angesichts der Bewerberzahlen noch längere Zeit nicht bange um die Kommunikationswissenschaft sein. Ihr Selbstverständnisproblem (vgl. aktuell z. B. Potthoff und Weischenberg 2014) hat sie aber noch immer nicht befriedigend gelöst.

14 Die Kommunikationswissenschaft orientiert sich oft auch am psychologischen Zitierstandard, was verwundert. Denn Regeln sind gut, wenn sie einfach sind. Wenn es ein Regelwerk jedoch problemlos mit Bibel, Koran oder Thora aufnehmen kann, sind dessen Regeln schlicht überkomplex und praxisfern.

5 Was bleibt?

Um abschließend die eingangs gestellten Fragen aufzugreifen: Hans-Bernd Brosius steht noch für jene Generation an Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern, die thematisch breit aufgestellt ist, die Drittmittelprojekte eingeworben und empirische Evidenzen in mehr als einem Forschungsfeld gesammelt hat, der es wichtig ist, dass aus möglichst vielen ihrer Schülerinnen und Schüler etwas wird, bei der die Lehre nicht zur lästigen Pflicht verkommt und die für ihre Wirkungsstätte, also ihr Institut, aber auch für das Fach prägend wirken und gewirkt haben. Inwiefern sich dieses Selbstverständnis in den nachfolgenden Generationen bereits verändert hat oder weiter verschoben wird, lässt sich derzeit nicht abschließend sagen.

Jede Festschrift provoziert – vielfach nur in latenter Weise – immer auch die Frage, was bleibt. Diese philosophische Frage muss natürlich jeder für sich selbst beantworten. Dabei braucht man nicht unbedingt Ovids negativer Beschreibung jenes Ortes folgen, an dem seinen Metamorphosen zufolge Fama wohnt (vgl. Ovid 2010, S. 703f.). Die Ironie, mit der Cy Twombly die Bekanntheit, das Vergessen und die Erinnerung an griechische und römische Autoren bedenkt (vgl. auch Rathke 2000), sind da hilfreicher: So hat Twombly die Namen dieser Autoren teils verwischt und mit ‚krakeliger Hand‘ im Stil antiker Wandkritzeleien festgehalten. Ohnehin lernt man viel, wenn man ab und an die akademischen Bahnen verlässt und sich der Musik, der Bildenden Kunst, der Poesie oder Prosa zuwendet.

Die mangelnde Nachhaltigkeit kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung – ich nehme mich da nicht aus – und die Schnelllebigkeit unserer Untersuchungsgegenstände wird das, was wir aktuell erforschen, publizieren und lehren, in einigen Jahrzehnten ohnehin zur Fußnote der Fachgeschichte degradieren. Ohne die Verdienste gerade der Großen unseres Faches¹⁵ kleinreden zu wollen, wird vermutlich kein Kommunikationswissenschaftler – ich selbst am wenigsten – jemals den Rang eines Max Weber, eines Albert Einsteins, geschweige denn eines Aristoteles einnehmen. Was aber bleibt ist, was man seinen Schülerinnen und Schülern mit auf den Weg gibt, was man ihnen vorlebt und was man ihnen an Freiheit lässt – denn Freiheit fördert Kreativität.

15 Um nur sehr wenige zu nennen, ohne andere damit verärgern zu wollen – meine ich damit Kolleginnen und Kollegen wie z. B. Gerhard Maletzke, Elisabeth Noelle-Neumann, Ulrich Saxer oder Hans Mathias Kepplinger.

Literatur

- Abele-Brehm, A. E., & Bühner, M. (2016). Überlegungen zur Optimierung von Berufungsverfahren in der Psychologie. *Psychologische Rundschau*, 67(4), 268–270.
- Asendorpf, J. B. (2016). Kompetenz und Leidenschaft – Anmerkungen zur Auswahl von Hochschullehrern. *Psychologische Rundschau*, 67(4), 268–270.
- Brosius, H.-B. (1995). *Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption. Ein Modell der Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brosius, H.-B., & Eps, P. (1993). Verändern Schlüsselereignisse journalistische Selektionskriterien? Framing am Beispiel der Berichterstattung über Anschläge gegen Ausländer und Asylanten. *Rundfunk und Fernsehen*, 41(4), 512–530.
- Brosius, H.-B., & Esser, F. (1995). *Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Brosius, H.-B., Jandura, O., & Fahr, A. (2013). Einleitung. In O. Jandura, A. Fahr & H.-B. Brosius (Hrsg.), *Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt* (Reihe Rezeptionsforschung; Bd. 25) (S. 7–9). Baden-Baden: Nomos.
- Carr, N. (2014). *The limits of social engineering*. MIT Technology Review. Abgerufen von <http://www.technologyreview.com/review/526561/the-limits-of-social-engineering>. Zugegriffen: 12. Januar 2016.
- Coslett, R. L. (2013, 29. Januar). Why I don't agree with trigger warnings. When I was suffering from PTSD, I didn't want to be wrapped in cotton wool. *NewStatesman*. Abgerufen von <http://www.newstatesman.com/sci-tech/2013/01/why-i-dont-agree-trigger-warnings>. Zugegriffen: 10. Oktober 2016.
- Deutscher Hochschulverband (1999). *Resolution des 49. Hochschulverbandstages am 17.03.1999 in Bonn*. Abgerufen von https://www.hochschulverband.de/537.html#_. Zugegriffen: 22. Februar 2017.
- Durodie, B. (2015). Securitising education to prevent terrorism or losing direction? *British Journal of Educational Studies*, 64(1), 21–35.
- Esser, H. (1999). *Soziologie. Spezielle Grundlagen. Band 1: Situationslogik und Handeln*. Frankfurt a. M., New York: Campus.
- Fiedler, K., Messner, C., & Bluemke, M. (2006). Unresolved problems with the „I“, the „A“, and the „T“: A logical and psychometric critique of the Implicit Association Test (IAT). *European Review of Social Psychology*, 17(1), 74–147.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2. Aufl.). New York u. a.: McGraw-Hill.
- Haas, A. (2016). *Hans-Bernd Brosius*. Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Abgerufen von <http://blexkom.halemverlag.de/hans-bernd-brosius>. Zugegriffen: 22. Februar 2017.
- Hanitzsch, T. (2016). Impact und Normalwissenschaft. *Publizistik*, 61(1), 41–50.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: The Guilford Press.
- Hempel, C. G., & Oppenheim, P. (1948). Studies in the logic of explanation. *Philosophy of Science*, 15(2), 135–175.
- Higgins, E. T. (1996). Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Hrsg.), *Social psychology. Handbook of basic principles* (S. 133–168). New York: The Guilford Press.

- Hoffjan, A. (2015). Was bedeutet die Regulierungswut für das Controlling. *Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung*, 27(1), 4–6.
- Hume, M. (2015). *Trigger warning: Is the fear of being offensive killing free speech?* London: William Collins.
- Jandura, O., Fahr, A., & Brosius, H.-B. (Hrsg.). (2013). *Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt* (Reihe Rezeptionsforschung; Bd. 25). Baden-Baden: Nomos.
- Nassehi, A. (2015). *Die letzte Stunde der Wahrheit. Warum rechts und links keine Alternativen mehr sind und Gesellschaft ganz anders beschrieben werden muss*. Hamburg: Murmann.
- Kepplinger, H. M., Gotto, K., Brosius, H.-B., & Haak, D. (1989). *Der Einfluß der Fernsehnachrichten auf die politische Meinungsbildung* (Alber-Broschur Kommunikation; Bd. 16). Freiburg: Karl Alber.
- Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359–364.
- Lakatos, I. (1982). *Die Methodologie der wissenschaftlichen Forschungsprogramme* (Philosophische Schriften; Bd. 1). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Luhmann, N. (1984). *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie* (suhrkamp wissenschaft; Bd. 666). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Maletzke, G. (1988). *Kommunikationswissenschaft im Überblick*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Maurer, M. (2010). *Agenda-Setting* (Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 1). Baden-Baden: Nomos.
- Mayerl, J. (2009). *Kognitive Grundlagen sozialen Verhaltens: Framing, Einstellungen und Rationalität*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meidl, C. N. (2009). *Wissenschaftstheorie für SozialforscherInnen*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Merton, R. K. (1996). *On social structure and science* (edited and with an introduction by P. Szotompa), Chicago: The University of Chicago Press.
- Meyen, M. (2016). Quo vadis, Fachgeschichte: Diskussion. Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Abgerufen von <http://blexkom.halemverlag.de/diskussion-fachgeschichte/>. Zugegriffen: 26. Februar 2017.
- Miller, A. (2008). A critique of positive psychology – or, the new science of happiness. *Journal of Philosophy of Education*, 42(3–4), 591–608.
- Noelle-Neumann, E. (1973). Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. *Publizistik*, 18(1), 26–55.
- Noelle-Neumann, E. (1982). *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. Frankfurt a. M., Wien, Berlin: Ullstein.
- Ovid (P. Ovidius Naso) (2010). *Metamorphosen in fünfzehn Büchern, Latein / Deutsch*. (M. von Albrecht, Übers. & Hrsg.). Stuttgart: Philipp Reclam jun. Stuttgart.
- Paul, B.; Salwen, M. B. & Dupagne, M. (2000). The third-person effect: A meta-analysis of the perceptual hypothesis. *Mass Communication & Society* 3(1), 57–85.
- Pentland, A. (2014). *Social physics: How good ideas spread – The lessons from a new science*. New York: The Penguin Press.
- Popper, K. R. (1989). *Logik der Forschung* (9. Aufl.). Tübingen: J. C. B. Mohr.
- Potthoff, M., & Weischenberg, S. (2014). Inspiration und Identität. Bibliometrische Befunde zur kommunikationswissenschaftlichen Fachgeschichte. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 62(2), 257–275.

- Prim, R., & Tilmann, H. (1989). *Grundlagen einer kritisch-rationalen Sozialwissenschaft. Studienbuch zur Wissenschaftstheorie* (Uni-Taschenbücher; Bd. 221) (6. Aufl.). Heidelberg, Wiesbaden: Quelle & Meyer (UTB).
- Rathke, C. (2000). „No matter, art solves everything“ (C. T.). Zu zwei graphischen Zyklen Cy Twomblys. In H. Guratzsch (Hrsg.), *Twombly, Cy: Idilli. Vier Graphikzyklen und eine Collage aus der Sammlung Reiner Speck, Köln* (Ausstellung zum Amerika-Schwerpunkt des Schleswig-Holstein Musik Festivals 2.7. – 3.9.2000) (S.7–12). Schleswig: Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloß Gottorf.
- Scheufele, B. (2011). Faktizität und Funktion Plädoyer für eine Reflexion über Leitbilder in der empirischen Kommunikationswissenschaft mit einem Beispiel zur politischen Kommunikation. *SCM – Studies in Communication*, 0(2), 333–353.
- Scheufele, B. (2015). Eskalation durch Berichterstattung? Massenmedien und fremdenfeindliche Gewalt von Hans-Bernd-Brosius und Frank Esser (1995). In M. Potthoff (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung* (S.285–295). Wiesbaden: Springer VS.
- Scheufele, B. (2016). *Priming* (Reihe: Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft; Bd. 14). Baden-Baden: Nomos.
- Scheufele, B. (2017, im Druck). Logik in der Kommunikationswissenschaft. Von Variablenreduktionismus, Leitbildern und einem Erklärungsdilemma. In P. Klimczak & T. Zoglauer (Hrsg.), *Logik in den Wissenschaften*. Münster: Mentis.
- Scheufele, B. & Engelmann, I. (2009). *Empirische Kommunikationsforschung*. Konstanz: UVK/UTB basics.
- Schödlbauer, C. (2013). Persönlichkeit: Entwicklung und Selbstmanagement. In M. Landes & E. Steiner (Hrsg.), *Psychologie der Wirtschaft* (Psychologie für die berufliche Praxis) (S. 139–156). Wiesbaden: Springer VS.
- Schulz, W. (2009). Politischer Medieneinfluss: Metamorphosen des Wirkungskonzepts, in: F. Marcinkowski & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie (Sonderheft 42 der Politischen Vierteljahresschrift)* (S.103–125). Wiesbaden: VS Verlag.
- Sennett, R. (2011). *Handwerk* (3. Aufl.). Berlin: Berliner Taschenbuch Verlag.
- Strenger, C. (2015). *Zivilisierte Verachtung: Eine Anleitung zur Verteidigung unserer Freiheit* (edition suhrkamp). Berlin: Suhrkamp.
- Strohschneider, P. (2013). *Rede anlässlich des Neujahrsempfangs der DFG am 14.03.2013 in Berlin*. DFG. Abgerufen von http://www.dfg.de/download/pdf/dfg_im_profil/reden_stellungnahmen/2013/130114_rede_strohschneider_neujahrsempfang_de.pdf. Zugegriffen: 22. Februar 2017.
- Theis-Berglmair, A. (2012). Frauen tendieren dazu, unsichtbare Arbeit zu leisten. In C. Riesmeyer, & N. Huber (Hrsg.), *Karriereziel Professorin. Wege und Strategien in der Kommunikationswissenschaft* (Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft; Bd. 9) (S.266–281). Köln: Herbert von Halem.
- Tsfati, Y. (2011). *Third-Person Effect*. Oxford Bibliographies – Communication. Abgerufen von <http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0082.xml?rskkey=wxXhtX&result=1&q=Tsfati+third+person#firstMatch>. Zugegriffen: 08.05.2017.
- Ulrich, R., Erdfelder, E., Deutsch, R., Strauß, B., Brüggemann, A., Hannover, B., ... Riel, W. (2016). Inflation von falsch-positiven Befunden in der psychologischen Forschung. Mögliche Ursachen und Gegenmaßnahmen. *Psychologische Rundschau*, 67(3), 163–174.
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., ... & Papathanassopoulos, S. (2017). Political communication in a high-choice media environment:

a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27.

Zoglauer, T. (2008). *Einführung in die formale Logik für Philosophen* (4. Aufl.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (UTB).

Outfit oder Output?

Wie Kleidungsstil und akademische Leistung reputationsrelevante Größen beeinflussen¹

Oliver Quiring, Christina Köhler, Marc Ziegele, Mathias Weber und Markus Schäfer

Zusammenfassung

Nicht nur bei der Präsentation groß angelegter Forschungsprojekte stehen Hochschullehrerinnen und -lehrer verstärkt im Fokus der Öffentlichkeit und des interessierten Fachpublikums. Gerade vor dem Hintergrund des zunehmenden Evaluierungsdrucks in der Lehre müssen sie sich auch regelmäßig der kritischen Beurteilung durch die Studierenden stellen. Der Ruf, den die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bei Studierenden genießen, könnte dabei maßgeblich sowohl von ihrer wissenschaftlichen Reputation als auch von ihrem äußeren Auftreten abhängen. In einem Fragebogenexperiment mit 154 Studierenden verschiedener Fachbereiche geht die vorliegende Studie am Beispiel der Merkmale „Kleidungsstil“ und „akademische Leistung“ erstmals der Frage nach, wie sich fach- und erscheinungsbezogene Eigenschaften auf die Wahrnehmung und Bewertung von Hochschullehrern in Deutschland auswirken. Die Ergebnisse zeigen einen deutlichen Einfluss der akademischen Leistung, während dem Kleidungsstil tendenziell weniger Bedeutung beikommt. Die Befunde sind von großer Relevanz für (einige) Hochschullehrer in Deutschland.

-
- 1 Wir bedanken uns herzlich bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Seminars „Sozialwissenschaftliches Experiment“ aus dem Sommersemester 2016, die maßgeblich an der Planung und Durchführung des Experiments beteiligt waren: Jimmy Both, Eter Burnadze, Olivia Coppus, Laura Dreer, Clara Eberle, Jakob Eiser, Gloria Geyer, Simone Hafner, Laura Hennemann, Nathalie Heß, Rebecca Höfer, Gnamien Kadjo, Tobias Kaim, Isabell Kreyßig, Kim Lexow, Jonas Martin, Marjorie Maurer, Johannes Müller, Loren Müller, Almina Ramcilovic, Julia Reimer, Leonie Schraub, Saskia Stork, Lisa-Marie Vogel, Sophie von Erden, Franziska von Werder, Sonja Waldmannstetter, Sina-Felicitas Wende, Philipp Wohltmann und Heinke Wolf. Unser besonderer Dank gilt Ingo Schumann.

Schlüsselbegriffe

Experiment, akademische Leistung, Kleidungsstil, Reputation

1 **Outfit oder Output? Die Empirie schlägt zurück...**

„Er grinst lässig. Äußerlichkeiten sind ihm nicht wichtig. Wofür auch? Mein berufliches Fortkommen ist von der Kleidung unabhängig“ (Meschede 1999). Diese These eines bekannten deutschen Kommunikationswissenschaftlers mag zwar weltanschaulich weise sein, jedoch ist sie empirisch weitestgehend unbestätigt und bietet zudem Potenzial zur Differenzierung. Dies ist umso überraschender, verweist die Annahme doch auf ein theoretisch solide erschlossenes und in der Kommunikationswissenschaft bereits empirisch untersuchtes Feld: die Erscheinung von Personen, deren Wahrnehmung und damit verbundene Wirkungen.

So befasste sich beispielsweise die Persuasionsforschung schon recht früh mit den Eigenschaften bzw. Attributen massenmedialer Kommunikatoren und deren Auswirkungen auf rezipientenseitige Variablen (vgl. z. B. Hovland et al. 1953; zusammenfassend: Schenk 2002, S. 96ff.). Auch in der politischen Kommunikationsforschung spielen Personeneigenschaften und ihre Wahrnehmung eine gewichtige Rolle. Während aber die wahrgenommenen Eigenschaften von Politikerinnen und Politikern, beispielsweise im Wahlkampf, im Rahmen der Personalisierungsdebatte regelmäßig Gegenstand der Forschung sind (vgl. z. B. Brettschneider 2002; Keplinger 2010; Wilke und Reinemann 2006), hat sich bisher recht wenig Forschung *innerhalb der Kommunikationswissenschaft mit der Wirkung von Eigenschaften und Attributen der Menschen beschäftigt, die Kommunikationswissenschaft lehren*. Ein eklatanter Missstand, wie wir glauben!

Deshalb knüpfen wir an die eingangs aufgestellte These („Mein berufliches Fortkommen ist von der Kleidung unabhängig“) an und ziehen diese zunächst in Zweifel. Oft wird vermutet, legere äußere Erscheinung ließe sich gerade bei Hochschullehrern² durch akademische Meriten mehr als kompensieren (zur Herkunft

2 Wir verwenden im Folgenden ausschließlich die männliche Form „Hochschullehrer“, was inhaltliche Gründe hat. Wir gehen davon aus, dass hinsichtlich des Kleidungsstils, einer zentralen Variable dieser Studie, verschiedene Erwartungen an Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer gestellt werden. Die Studie bezieht sich tatsächlich nur auf Hochschullehrer.

dieser These schließen Sie bitte die Augen und fügen vor Ihrem geistigen Auge das Bild von Albert Einstein mit herausgestreckter Zunge ein...³). Aber auch diese durchaus plausible Interaktionshypothese ist alles andere als empirisch belegt. In Abschnitt 2 unternehmen wir zunächst den Versuch einer Präzisierung des „Fortkommens“ mithilfe einer pragmatisch-operationalisierbarkeitsfokussierten Auslegung von „Reputation“. Mit dem Kleidungsstil und der öffentlich erkennbaren akademischen Leistung wählen wir zwei nonverbale Attribute von Personen als unabhängige Variablen aus, die regelmäßig in der öffentlichen Diskussion um das Ansehen von Akademikern eine tragende, aber bisher relativ ungeklärte Rolle spielen und überführen diese Überlegungen in Hypothesen zur Wirkung von Kleidungsstil und akademischer Leistung auf reputationsrelevante Größen (Abschnitt 4). In Abschnitt 5 legen wir unsere methodische Herangehensweise und in Abschnitt 6 die Ergebnisse unserer Studie dar.

Die vorliegende Studie soll neue Erkenntnisse zur Wahrnehmung von Hochschullehrern liefern. Basierend auf zwölf Hypothesen wurde in einem Fragebogenexperiment mit $N = 154$ Studierenden verschiedener Fachbereiche einer großen deutschen Universität untersucht, wie sich Kleidungsstil und akademische Leistung auf die Wahrnehmung einer Reihe reputationsrelevanter Größen auswirken. Um es vorwegzunehmen: die Ergebnisse sind größtenteils beruhigend (für Hochschullehrer).

2 Das „Fortkommen“ (abhängige Variablen)

Vor allem in der Erziehungswissenschaft wurde die Wirkung von Lehrerattributen auf eine Reihe von schulrelevanten Größen untersucht, wie z. B. die Leistung von Schülern (vgl. z. B. Adediwura und Tayo 2007) oder auch deren Motivation (Noels et al. 1999). Genau diese Perspektive wird hier jedoch nicht eingenommen. Vielmehr geht es darum, das eingangs genannte „Fortkommen“ des Hochschullehrers unter die Lupe zu nehmen (d. h. als abhängige Variable zu konzipieren).

Was unter dem Alltagsbegriff „Fortkommen“ zu verstehen ist, ist weitgehend ungeklärt und wird mit hoher Wahrscheinlichkeit individuell sehr verschieden gesehen. Während ein erster Hochschullehrer möglicherweise eine Gehaltserhöhung als Fortkommen einordnet, könnte ein zweiter den Machtgewinn innerhalb der Universitätsstrukturen bzw. den Respekt seiner Fachkolleginnen und -kollegen und ein dritter seinen inkorporierten Zuwachs an Erkenntnis im Sinn haben.

3 Wir sind der Meinung, dass der Methode des Gedankenexperiments bzw. entsprechender Hypothesenbildung seit Langem zu wenig Bedeutung beigemessen wird.

Auch die gleichzeitige Steigerung verschiedener Formen solchen ökonomischen, sozialen und kulturellen Kapitals (vgl. Bourdieu 2012) könnte als „Fortkommen“ aufgefasst werden. Da sich das „Fortkommen“ intersubjektiv nicht verbindlich fassen und in einem Experiment solide operationalisieren lässt, greifen wir auf eine Voraussetzung von Fortkommen zurück: den Ruf des Hochschullehrers. Wer einen guten Ruf hat, hat im oben angesprochenen Sinne soziales Kapital, das sich – bestimmten Regeln folgend – auch in andere Kapitalarten umwandeln lässt (Bourdieu 2012); oder einfacher formuliert: mit einem guten Ruf lässt sich das Fortkommen individuell gut gestalten. Doch auch hier fehlt noch ein wenig die Detailschärfe für die Operationalisierung. Zwar hilft die Definition des Dudens (Ruf: „Beurteilung, die jemand, etwas von der Allgemeinheit erfährt; Meinung, die die Allgemeinheit von jemandem, etwas hat“; Duden 2017) durchaus weiter, jedoch gilt es, die „Beurteilung“ bzw. „Meinung“ eindeutiger zu fassen.

An dieser Stelle kommt das Konzept der „Reputation“ ins Spiel. Zwar ist auch dieses Konzept sehr breit und in der Literatur so extensiv besprochen, dass nicht alle Dimensionen in einem einzigen Experiment operationalisierbar erscheinen (für Überblicke zum Konzept vgl. z. B. Eisenegger 2005; Eisenegger und Imhof 2009). Zudem konzentrierte sich die bisherige Forschung stark auf die Reputation von Unternehmen und Organisationen (Eisenegger und Imhof 2009, S. 243; Shenkar und Yuchtman-Yaar 1997). Die bestehende Forschung hat jedoch zumindest bereits Verbindungen zwischen der *individuellen* Reputation von Professorinnen und Professoren und deren Karrieremöglichkeiten herstellen können (vgl. Brenzikofer 2003), was auf empirische belegbare Zusammenhänge zwischen Reputation und „Fortkommen“ hindeutet (für eine ausführliche Erläuterung der Funktionen von Reputation vgl. Eisenegger und Imhof 2009, S. 251-254, die die Begriffe „Ruf“ und „Reputation“ teilweise sogar synonym verwenden). Im Folgenden gilt es deshalb, aus einem prinzipiell sehr großen möglichen Bündel an reputationsrelevanten Größen solche auszusuchen, die sich a) schlüssig auf Individuen beziehen lassen und die b) mittels bereits weitgehend validierter⁴ Skalen in einem einzigen Experiment sinnvoll messbar sind.

Die von uns schließlich ausgewählten Indikatoren sind die wahrgenommene *Kompetenz* der Person, ihre *Vertrauenswürdigkeit*, ihr wahrgenommenes *Durchsetzungsvermögen* sowie die ihr entgegengebrachte *Sympathie* und die wahrgenommene *innere und äußere Attraktivität*. Zur Bedeutung der einzelnen Indikatoren und erst recht zum Verhältnis dieser Konzepte untereinander gibt es in der Literatur sehr

4 Gerne hätten wir für diesen Beitrag ein eigenes Konzept mit eigenen Skalen und eigener Validierung entwickelt. Die Herausgeber dieses Bandes waren jedoch hinsichtlich der Deadline aus guten Gründen recht konsequent.