

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Ein Handbuch

Bearbeitet von
Heinz Pürer

unveränd. ND der 1. Auflage 2009. Buch. 500 S. Hardcover

ISBN 978 3 8252 8249 3

Format (B x L): 17 x 24 cm

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >
Kommunikationswissenschaft](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Heinz Pürer

Publizistik- und Kommunikations- wissenschaft

Ein Handbuch

UVK

UTB



UTB 8249

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag Köln · Weimar · Wien
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills
facultas.wuv · Wien
Wilhelm Fink · München
A. Francke Verlag · Tübingen und Basel
Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien
Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn
Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart
Mohr Siebeck · Tübingen
Orell Füssli Verlag · Zürich
Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel
Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich
Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart
UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz
Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen
vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Heinz Pürer

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Ein Handbuch

Unter Mitarbeit von Helena Bilandžić, Friederike Koschel,
Johannes Raabe, Rudi Renger, Stefan Schirmer und
Susanne Wolf

UVK Verlagsgesellschaft mbH

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

ISBN 978-3-8252-8249-3

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist
ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2003

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart
Druck: fgb · freiburger graphische betriebe, Freiburg

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz
Tel. 07531-9053-21 · Fax 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhalt

	Vorwort	13
1.	Einleitung	15
1.1	Gegenstand des Faches	17
1.2	Das Lehr- und Forschungsfeld	19
1.3	Der interdisziplinäre Charakter des Faches	22
1.4	Theoretische Zugänge und wissenschaftliche Methoden	23
	Literatur	27
2.	Zur Fachgeschichte	31
2.1	Rhetorik der Antike	31
2.2	Dogmatiker und Aufklärer im 17. und 18. Jahrhundert	32
2.3	Das 19. Jahrhundert: Opinionisten, Historiker, Ökonomen, Soziologen.	33
2.4	Wissenschaftliche Zeitungskunde – Zeitungswissenschaft	35
2.5	Publizistik (-wissenschaft)	37
2.6	Das Fach im Nationalsozialismus	39
2.7	Der Neubeginn nach 1945	42
2.8	Von der Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft	44
2.9	Die Einrichtung von Diplomstudiengängen für Journalistik	46
2.10	Das Fach in Ostdeutschland	46
2.11	Neugründungen in den neuen Bundesländern	48
2.12	Zur gegenwärtigen Lage des Faches	48
	Literatur	52
3.	Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft	57
3.1	Kommunikation	58
3.1.1	Unterscheidung von Kommunikation	58
3.1.2	Kommunikation und Interaktion	59
3.1.3	Merkmale von Kommunikation	60
3.1.4	Kommunikation – ein komplexer Prozess	62
3.1.5	Kommunikation – ein vermittelter Prozess	63
3.1.6	Die Kommunikations-»Kanäle«.	64
3.1.7	Exkurs: Man kann nicht <i>nicht</i> kommunizieren	67

3.1.8	Sprache und Kommunikation	67
3.1.9	Arten von Kommunikation	72
3.2	Massenkommunikation.	74
3.2.1	Schrift – Druck – Funk	75
3.2.2	»Massen«-Kommunikation	76
3.2.3	Massen-»Kommunikation«	77
3.2.4	Sender und Empfänger in der Massenkommunikation.	79
3.2.5	Kommunikation und Massenkommunikation	81
3.2.6	Zur Terminologie in der Massenkommunikation.	82
3.2.7	Massenkommunikation als gesamtgesellschaftliches Phänomen	84
3.2.8	Mögliche theoretische Annäherungen an Massenkommunikation . .	86
3.3.	Computervermittelte Kommunikation	87
3.3.1	Elektronisch mediatisierte Kommunikationsräume	88
3.3.2	Der Computer als Kommunikationsmedium.	90
3.3.3	Interaktivität und computervermittelte Kommunikation	92
3.3.4	Elektronische Gemeinschaften	97
3.3.5	Neue Begriffe?	100
3.3.6	Neue Kompetenzen	101
	Literatur.	103
4.	Zentrale Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft.	107
4.1	Kommunikator-/Journalismusforschung	107
4.1.1	Journalistische Berufsforschung	109
4.1.1.1	Berufsgeschichte des Journalismus	110
4.1.1.2	Journalismus und politisches System	112
4.1.1.3	Ausbildung und Sozialisation im Journalismus.	114
4.1.1.4	Berufsbild und Berufsstruktur	117
4.1.2	Journalisten und Medieninhalte.	124
4.1.2.1	Das Modell der vier Einflussphären	125
4.1.2.2	Theorien zur Nachrichtenauswahl	128
4.1.2.3	Nachrichtenauswahl als »instrumentelle Aktualisierung«	134
4.1.2.4	Journalismus und Public Relations.	135
4.1.3.	Neue Themen der Kommunikator-/Journalismusforschung.	138
4.1.3.1	Qualität im Journalismus.	138
4.1.3.2	Redaktionelles Marketing.	141
4.1.3.3	Ethik und Journalismus	143
4.1.3.4	Online-Journalismus	148
4.1.3.5	Boulevardjournalismus – Populärer Journalismus.	154

4.1.3.6	Entgrenzung des Journalismus	160
4.1.4	Systemtheoretische Journalismusforschung	164
4.1.4.1	Der funktional-strukturelle Ansatz	165
4.1.4.2	Redaktionen als soziale Systeme	166
4.1.4.3	Funktion des Journalismus: Beobachtung gesellschaftlicher (Teil-) Systeme	167
4.1.4.4	Organisationsforschung und Journalismus	167
4.1.4.5	Neue systemtheoretische Journalismusforschung	169
4.1.5	Journalistik(-Wissenschaft)	172
	Literatur	176
4.2	Medieninhalts-/Medienausagenforschung	186
4.2.1	Medieninhalte, Programme, Formate	186
4.2.2	Journalistische Darstellungsformen	190
4.2.3	Analyse von Medieninhalten	193
4.2.3.1	Makroanalysen	193
4.2.3.2	Mikroanalysen	196
4.2.4	Medieninhalte und Journalismus.	202
4.2.4.1	Trennung von Nachricht und Meinung	203
4.2.4.2	Aspekt der Objektivität	203
	Literatur	205
4.3	Medienforschung	208
4.3.1	Begriff »Medium«	208
4.3.1.1	Medien – gesellschaftliche Instrumente	208
4.3.1.2	Medien – (neue) Begriffsdifferenzierungen	210
4.3.1.3	Medium – Dienst(e) – Diensteanbieter	212
4.3.2	Geschichte der Massenmedien	213
4.3.3	Eigengesetzlichkeiten der Medien	224
4.3.4	Organisationsformen der Massenmedien.	227
4.3.5	Medienstrukturen in Deutschland.	230
4.3.5.1	Pressewesen in Deutschland	231
4.3.5.2	Rundfunkwesen in Deutschland	247
4.3.5.3	Die »neuen Medien« in Deutschland	266
4.3.5.4	Finanzierung der Medien	276
4.3.6	Medien, Politik und mediale Politikvermittlung	292
	Literatur	299
4.4	Rezipientenforschung	310
4.4.1	Mediennutzungsforschung (Reichweitenforschung)	311
4.4.1.1	Leserschaftsforschung	314
4.4.1.2	Hörerschaftsforschung	319

4.4.1.3	Zuschauerforschung	322
4.4.1.4	Internet-User-Forschung	326
4.4.1.5	Die »Langzeitstudie Massenkommunikation«	331
4.4.1.6	Exkurs: Daten zur Mediennutzung 2001	332
4.4.2	Rezeptionsforschung	336
4.4.2.1	Selektionsforschung	337
4.4.2.2	Gesuchte und erhaltene Wirkungen als Selektionserklärung.	345
4.4.2.3	Rezeptionsqualität	351
4.4.2.4	Medienrezeption, Kultur, Alltag.	355
4.4.2.5	Verbreitung von Medieninformationen	356
4.4.3	Medienwirkungsforschung.	359
4.4.3.1	Wirkungen auf die Einstellung und das Verhalten	361
4.4.3.2	Wirkungen auf das Wissen.	362
4.4.3.3	Wirkungen auf Wertvorstellungen und Weltbilder.	382
4.4.3.4	Integrative Wirkungsvorstellungen.	386
	Literatur.	389
5.	Kommunikationswissenschaft als interdisziplinäre Sozialwissenschaft	401
5.1	Politologische Aspekte der Kommunikationswissenschaft	401
5.1.1	Kommunikationspolitik – Medienpolitik.	402
5.1.2	Politische Ordnung und Kommunikationspolitik	404
5.1.3	Die Kommunikationsgrundrechte	407
5.1.3.1	Informations- und Meinungsfreiheit	407
5.1.3.2	Pressefreiheit	408
5.1.3.3	Weitere Kommunikationsgrundrechte	409
5.1.3.4	Grenzen und Schranken der Kommunikationsgrundrechte	409
5.1.3.5	Das Recht der Massenmedien	410
5.1.4	Der Medien-Zugang	412
5.1.4.1	Aktiver Medienzugang – die Medienschaffenden	413
5.1.4.2	Passiver Medienzugang – Mediennutzung	414
5.1.5	Organisationsformen der Massenmedien	415
5.1.5.1	Privatwirtschaftlich operierende Medien	415
5.1.5.2	Öffentlich-rechtlich organisierte Medien	417
5.1.5.3	Exkurs: Staatlicher Rundfunk westlichen Typs.	419
5.1.5.4	Freie (nicht-kommerzielle) Medien	419
5.1.5.5	Exkurs: Totalitär organisierte Medien.	420
5.1.6	Funktionen der Massenmedien	422
5.1.6.1	Die Massenmedien – keine »Vierte Gewalt«.	423
5.1.6.2	Die Informationsfunktion	425
5.1.6.3	Funktionen für die Gesellschaft	426

5.1.6.4	Funktionen für das politische System	427
5.1.6.5	Funktionen für das ökonomische System	427
5.1.6.6	Funktionen für den Einzelnen.	428
	Literatur	431
5.2	(Sozial-) Psychologische Aspekte der Kommunikationswissenschaft	435
5.2.1	Relevante Begriffe	436
5.2.1.1	Einstellungen	436
5.2.1.2	Stereotyp	438
5.2.1.3	Vorurteil	439
5.2.1.4	Einstellungsänderungen	440
5.2.2	Kommunikation und Persuasion	441
5.2.2.1	Merkmale der Aussage bzw. Botschaft	442
5.2.2.2	Merkmale des Kommunikators bzw. der Quelle	445
5.2.2.3	Persönlichkeitsmerkmale des Rezipienten	447
5.2.2.4	Kritik an den Yale-Studies	449
5.2.3	Konsistenztheoretische Ansätze	450
5.2.3.1	Das Balance-Modell	451
5.2.3.2	Das Kongruenz-Modell	452
5.2.3.3	Die Theorie der kognitiven Dissonanz	453
5.2.4	Exkurs: Mediating Factors	455
5.2.5	Konformitätsdruck – die Theorie der Schweigespirale	457
5.2.5.1	Das Grundkonzept	457
5.2.5.2	Empirische Überprüfung	461
5.2.5.3	Diskussion	463
	Literatur	468
5.3	Soziologische Aspekte der Kommunikationswissenschaft	473
5.3.1	Sozialisation durch Massenkommunikation	473
5.3.1.1	Relevante Begriffe in der Sozialisationsforschung	474
5.3.1.2	Exkurs: Zur Bedeutung familiärer Sozialisation	480
5.3.1.3	Fernsehen und Sozialisation	481
5.3.1.4	Medien und allgemeines Sozialverhalten	486
5.3.1.5	Kinder und Fernsehen	487
5.3.1.6	Jugend und Fernsehen	491
5.3.1.7	Politische Sozialisation und Massenmedien	497
5.3.1.8	Gewalt und Massenmedien	503
5.3.2	Kultur – Medien – Gesellschaft	510
5.3.3	Theorie und Praxis der Cultural Studies	512
	Literatur	515

6.	Empirische Forschungstechniken der Kommunikationswissenschaft.	521
6.1	Allgemeine Anforderungen empirischen Forschens	521
6.1.1	Der Forschungsablauf im Überblick.	524
6.1.2	Wahl der Methode.	526
6.2	Die Befragung.	528
6.2.1	Allgemeines zur Befragung.	528
6.2.2	Die Lehre von der Frage.	532
6.2.3	Fragebogenentwicklung.	533
6.2.4	Befragungsformen	535
6.2.4.1	Vollständig standardisiertes Interview.	535
6.2.4.2	Leitfadeninterview	540
6.2.4.3	Unstrukturiertes Interview.	541
6.2.5	Befragungsmodus.	542
6.2.5.1	Schriftlich-postalische Befragungen	542
6.2.5.2	Online-Befragungen	543
6.2.5.3	Persönliche Interviews	544
6.2.5.4	Telefonische Interviews	547
6.3	Die Inhaltsanalyse.	549
6.3.1	Entwicklung und Definition der Methode.	550
6.3.2	Konzeption der Inhaltsanalyse	553
6.3.3	Exkurs: Zuverlässigkeit und Gültigkeit der Messungen	556
6.3.4	Computerunterstützte Inhaltsanalyse.	558
6.4	Die Beobachtung	559
6.4.1	Beobachtungen im »Feld« – Beobachtungen im »Labor«	562
6.4.2	Offene oder verdeckte Beobachtung.	563
6.4.3	Teilnehmende – nicht-teilnehmende Beobachtung	563
6.4.4	Strukturierte – unstrukturierte Beobachtung	563
6.4.5	Probleme der Beobachtung	564
6.5	Das Experiment	566
6.5.1	Manipulation und Kontrolle im Experiment	568
6.5.2	Zur Generalisierbarkeit experimentell gewonnener Ergebnisse	569
6.5.3	Arten von Experimenten	570
6.5.4	Zur Durchführung von Experimenten.	571

6.6 Zusammenfassung 574

Literatur 575

Anhang 579

Abbildungsverzeichnis 579

Personenregister 581

Sachregister 587

Vorwort

Das vorliegende Buch löst meine 1978 erstmals erschienene und sodann in sechs Auflagen herausgebrachte »Einführung in die Publizistikwissenschaft« ab. Diese verstand sich lediglich als Grundgerüst des Faches. Sie war so angelegt, dass in den einzelnen Abschnitten über die wichtigsten Lehr- und Forschungsfelder, über Perspektiven, Theorien und Methoden gezielt Fragestellungen angesprochen wurden. Deren konkrete Aufarbeitung sollte daraufhin, auf der Basis weiterführender Literaturhinweise, im Selbststudium erfolgen. Der vorliegende Band bricht mit dieser Tradition: Das Anliegen der neuen »Publizistik- und Kommunikationswissenschaft« ist es nun, das ursprüngliche Grundgerüst selbst mit möglichst vielen Inhalten zu füllen und das Fach im Überblick darzustellen.

Am Beginn der Ausführungen des vorliegenden Bandes steht eine Skizze des Faches. Aus ihr wird ersichtlich, dass man sich dem Gegenstand der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aus unterschiedlichen Perspektiven nähern kann (Kapitel 1). Es folgt eine kompakte Fachgeschichte (Kapitel 2), ehe im Weiteren wichtige Begriffe erörtert werden, nämlich: »Kommunikation«, »Massenkommunikation« und »computervermittelte Kommunikation« (Kapitel 3). Im Anschluss daran sind die wichtigsten Lehr- und Forschungsfelder Gegenstand der Ausführungen (Kapitel 4): die Kommunikator-, die Medieninhalts-, die Medien(struktur)- sowie die Rezipientenforschung. Kapitel 5 versucht Einblicke in den transdisziplinären, sozialwissenschaftlichen Charakter des Faches zu vermitteln, indem wichtige politologische, (sozial-)psychologische und soziologische Aspekte der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angesprochen werden. Kapitel 6 schließlich ist den sozialwissenschaftlichen Methoden gewidmet. Es sind dies jene empirischen Forschungstechniken, die im Fach Anwendung finden, um offene Fragestellungen im Rahmen von Forschungsaufgaben zu klären: Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, experimentelle Designs.

Der Grundriss der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, wie er nachfolgend erarbeitet wird, stellt einen von mehreren möglichen Zugängen zum Fach dar. Insofern wird hier auch keine Denkschule vertreten. Die Gliederung des Buches folgt im Kern nach wie vor dem Ablauf kommunikativer bzw. publizistischer und massenkommunikativer Prozesse und vieler mit ihnen verbundener Vorgänge bei Individuen und in der Gesellschaft. Da sich der Gegenstand der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft infolge stets neuer, meist technologischer Entwicklungen nach wie vor ausweitet, musste auch für das vorliegende Buch eine Auswahl wichtiger Fachinhalte getroffen werden. Dabei stand das Bemühen im Vordergrund, möglichst viele und relevante Aspekte aus zahlreichen Teilgebieten des Faches zu berücksichtigen.

Wichtigstes Anliegen des Buches ist es, die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als Disziplin auszuweisen, die sich mit anderen Sozialwissenschaften wie vor allem der Politikwissenschaft, der Psychologie und Sozialpsychologie sowie der Soziologie in den Kanon der Gesellschaftswissenschaften einreihet. Und wenn das Buch den Titel »Publizistik- und Kommunikationswissenschaft« trägt, so deshalb, weil sich das Fach nicht nur, aber doch vorwiegend mit Formen und Gegenständen öffentlicher, also publizistischer Kommunikation befasst. Der Einfachheit halber ist in den Ausführungen selbst aber meist nur von »Kommunikationswissenschaft« die Rede.

Bei der Arbeit an diesem Buch haben mich einige Mitautoren unterstützt, die einzelne Abschnitte oder Subkapitel beigesteuert bzw. miterarbeitet haben. Dafür danke ich Helena Bilandžić, Friederike Koschel, Johannes Raabe, Rudi Renger, Stefan Schirmer und Susanne Wolf. Ihre Autorenschaft oder Mitarbeit ist an entsprechender Stelle jeweils im Text vermerkt. Wolfgang Alexander Mayr hat mit Umsicht und Sorgfalt das Register erarbeitet. Susanne Wolf danke ich zudem für zahlreiche Zuarbeiten und für die Anfertigung vieler Abbildungen. Wertvolle Anregungen für einzelne Abschnitte des Buches habe ich von Erich Lamp, Johannes Raabe und Stefan Weber erhalten. Seitens des Verlages erwiesen sich Rüdiger Steiner und Sonja Rothländer (Lektorat) sowie Dieter Heise (Gestaltung und Satz) als stets zuverlässige Kooperationspartner.

Vorgänge im Medienwesen Deutschlands sind bis zur Jahreswende 2001/02 berücksichtigt.

Mehrere Abschnitte des Buches fanden Eingang in das internetbasierte Selbstlernsystem »CLIC« – Computer-based Learning: Introduction to Communications. Es wurde an der Universität Erfurt von Kommunikationswissenschaftlern erarbeitet und kann unter www.clic-online.de aus dem Internet abgerufen werden.

München, im Februar 2003

Heinz Pürer

I. Einleitung

Die Kommunikationswissenschaft ist eine verhältnismäßig junge Disziplin. Als Lehrfach gibt es sie in Deutschland erst seit 1916: Damals wurde an der Universität Leipzig das erste Institut für Zeitungskunde eingerichtet. Weitere Institute und Lehrstühle folgten, später auch mit Prüfungs- und Promotionsrecht. Wissenschaftliche Betrachtungen des Zeitungswesens reichen allerdings bis ins 17. Jahrhundert zurück; sie fallen, wohl nicht zufällig, mit dem Aufkommen der periodischen Presse in Deutschland zusammen. Zu Beginn der Beschäftigung mit dem Zeitungswesen herrschte eine eher kulturpessimistische, dogmatisch-moralisierende Sichtweise vor. Im 18. Jahrhundert zeigte die Epoche der Aufklärung auch Auswirkung auf die Befassung mit dem Zeitungswesen. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde die von den Zeitungen getragene öffentliche Meinung erstmals thematisiert; und die Aufhebung der Zensur im Jahre 1848 führte im Weiteren zu einer raschen Ausdifferenzierung des Zeitungs- und Zeitschriftenwesens. In der Folge beschäftigten sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts Fachvertreter zahlreicher Disziplinen mit dem Pressewesen: Unter ihnen waren Staatswissenschaftler, Nationalökonomien und Juristen ebenso vertreten wie Historiker, Germanisten, Philosophen und Philologen. Es wuchs die Zahl der Publikationen über das Zeitungswesen; und es stieg auch das Angebot der an deutschen Universitäten und Hochschulen sporadisch durchgeführten zeitungskundlichen Vorlesungen und Seminare. Mit der Gründung zeitungskundlicher Institute ab 1916 aber waren wichtige erste Schritte für die allmähliche Etablierung des Fachs im deutschen Sprachraum getan.

Die zu Beginn des 20. Jahrhunderts entstehende Zeitungskunde verband ihr wissenschaftliches Interesse am Phänomen Presse mit Ausbildungsbestrebungen für Journalisten. An der Wiege der Zeitungskunde, gleichsam in ihrem Entstehungsmilieu, waren im Hinblick auf die inhaltliche Ausrichtung des Faches also zwei Strömungen vorzufinden: einerseits die Forderung nach der *Verwissenschaftlichung der Zeitungskunde*; andererseits das Postulat nach einer *systematischen Ausbildung der Journalisten*. Priorität erhielt die Verwissenschaftlichung der Zeitungskunde. Sie entwickelte sich im Laufe ihrer inzwischen knapp neunzigjährigen Geschichte von der Zeitungs- über die Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft. Dabei weitete sie nicht nur ihren Fachgegenstand ständig aus, sondern sie vollzog auch einen Wandel im methodischen Vorgehen von einer historisch-hermeneutischen Geisteswissenschaft zu einer empirisch verfahrenen Sozialwissenschaft. Erst sechzig Jahre nach der Gründung der Zeitungskunde wurden in Westdeutschland Schritte unternommen, dem stets wiederkehrenden Postulat nach einer akademischen Journalistenausbildung Rechnung zu tragen. So kam es ab 1974 an mehreren westdeutschen Universitäten zur Errichtung von berufsbezogenen Diplomstudiengängen für Journalistik in

1. Einleitung

Form von Grund- oder Aufbaustudiengängen. (Eine Art Vorläufer solcher Studiengänge ist in einem Journalistischen Seminar zu sehen, das zwischen 1897 und 1912 an der Universität Heidelberg existierte; es verband Vorlesungen über das Presse- und Nachrichtenwesen mit intensiven praktischen Übungen zum Zeitungsjournalismus). Die DDR nahm, was wissenschaftliche Journalistik betrifft, eine andere Entwicklung: Dort wurde bereits Mitte der Fünfzigerjahre das Fach auf der Basis des Marxismus-Leninismus in den Dienst der sozialistischen Journalistenausbildung gestellt und in den 1960er-Jahren die Sektion Journalistik an der Karl-Marx-Universität Leipzig eingerichtet, ehe sie 1990 im Kontext der Wiedervereinigung abgewickelt und in der Folge durch neue Studiengänge ersetzt wurde.

Die moderne Kommunikationswissenschaft in Deutschland, Österreich und der Schweiz geht im Wesentlichen auf zwei Stränge zurück: auf die *zeitungs- bzw. publizistikwissenschaftliche Tradition des deutschen Sprachraumes* sowie auf die (journalistik- und) *kommunikationswissenschaftliche Tradition angloamerikanischer Herkunft*.

- Die deutschsprachige Zeitungswissenschaft hatte ihrerseits nationalökonomisch-statistische und historische Wurzeln. Sie widmete sich – auch als Publizistikwissenschaft – bis in die 1960er-Jahre vorwiegend der Journalismus- und Medien-geschichte sowie der Medienstatistik; und sie bediente sich dabei, neben der Statistik, primär geisteswissenschaftlich-hermeneutischer Methoden. Im Mittelpunkt standen *Medien* und *publizistische Persönlichkeiten*.
- Am Anfang der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Journalismus und Massenmedien in den USA stand eine praktizistische Journalistik, ehe sich die Disziplin – ab Mitte der Zwanzigerjahre – mit Fragen der Medienwirkungen beschäftigte. Um diese zu ergründen, bedienten sich (damit befasste) Soziologen, Sozialpsychologen, Psychologen und Politikwissenschaftler bereits damals sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden. Im Mittelpunkt stand – und steht – die empirisch-analytische Untersuchung von *Kommunikationsprozessen*. Diese empirische Kommunikationsforschung, die im deutschen Sprachraum übrigens Vorläufer in den quantitativen Methoden der Staatswissenschaften (also der »Statistik«) hatte, begann ab Mitte der Sechzigerjahre in die deutsche Publizistikwissenschaft einzufließen und zunehmend um sich zu greifen.

Heute ist die Kommunikationswissenschaft ein Fach, das von der Mehrzahl seiner Fachvertreter im empirisch-sozialwissenschaftlichen Sinne verstanden und betrieben wird, ohne hermeneutisch-geisteswissenschaftliches Vorgehen gering zu schätzen oder gar auszugrenzen. Auch ist ein unübersehbares Bemühen um Trans- und Interdisziplinarität zu erkennen. Aus gesellschaftswissenschaftlicher Sicht ist dieses Bemühen beinahe unumgänglich: Das Fach entlehnt ständig Fragestellungen und Kenntnisse aus anderen (Gesellschafts-)Wissenschaften, die sich ihrerseits der Kommunikationswissenschaft bedienen und deren Erkenntnisse für sich nutzbar machen. Zu erwähnen sind vor allem die Soziologie, die (Sozial-)Psychologie, die Politikwissenschaft, die Pädagogik

dagogik, die Werbe- und Wirtschaftswissenschaften, die Informatik sowie die Computerwissenschaft. In jüngster Zeit gesellt sich eine fachliche Ausrichtung hinzu, die sich »Medienwissenschaft« nennt. Ihre Protagonisten kommen weitgehend aus der Sprach- und Literaturwissenschaft sowie aus der Germanistik und – teilweise zumindest – auch aus der Medienpädagogik; ihren Gegenstand findet sie vor allem in den formalen Angebotsweisen der Massenmedien (insbesondere des Mediums Fernsehen), in deren kulturellen Leistungen sowie in der Ästhetik der Medien. Die rein historisch orientierte Kommunikationswissenschaft als pure Mediengeschichte rückt etwas in den Hintergrund, wiewohl diese fachliche Orientierung zweifellos ihre ganz großen Verdienste hat: Aus der historischen Genese lassen sich gegenwärtige kulturelle und soziale Phänomene, welcher Art auch immer, besser verstehen und erklären. Dies gilt in Deutschland, trotz – oder gerade wegen – der Zäsur durch den Zweiten Weltkrieg auch und vor allem für Erscheinungen der Massenkommunikation.

1.1 Gegenstand des Faches

Kommunikation ist ein Phänomen, das alle Bereiche menschlicher Existenz tangiert und durchdringt. Die Kommunikationswissenschaft hat daher einen umfassenden Fachgegenstand, den sie mit zahlreichen anderen Wissenschaften teilt und der in seiner Komplexität und Gesamtheit wohl nie vollständig zu erfassen sein wird. Sie befasst sich – im weitesten Sinne – *mit den im gesellschaftlichen Diskurs ausgetauschten Informationen*, vor allem mit den über die Massenmedien vermittelten Botschaften, ihren Entstehungs- und Verbreitungsbedingungen sowie Rezeptionsprozessen. Gegenstand des Faches ist insgesamt also das Phänomen der gesellschaftlichen Kommunikation. Dieses lässt sich allgemein gliedern in:

- interpersonale Kommunikation (Face-to-face-Kommunikation);
- technisch vermittelte (Tele-)Kommunikation (Telefon, Mobilfunk, SMS, MMS, Sprechfunk, Telex, Teletext, Telefax, Telefoto, Datenfernübertragung etc.);
- Massenkommunikation (Print, Radio, Fernsehen, Film/Kino, Unterhaltungselektronik einschließlich Nachrichtendienste und Nachrichtenwesen) sowie
- computervermittelte (On- und Offline-)Kommunikation.

Der Lehr- und Forschungsschwerpunkt liegt dabei – vorerst noch – im weiten Feld dessen, was allgemein als Massenkommunikation bezeichnet wird. Er umfasst also die traditionellen Massenmedien Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Fernsehen. In zunehmendem Maße aber gilt die Aufmerksamkeit des Faches dem, was allgemein als Multimedia bezeichnet wird – also die Verschmelzung bzw. technische Konvergenz von Telekommunikation, Computer, Unterhaltungselektronik und Medienindustrie in Form der Online-Kommunikation, der interaktiven Medien (einschließlich der Offline-Medien wie CD-ROMS) sowie des digitalen Fernsehens.

I. Einleitung

Sowohl zwischenmenschliche als auch medien- und computervermittelte Kommunikation ist in gesamtgesellschaftliche, soziopolitische Bezüge eingebunden. Daher gilt die Aufmerksamkeit der Kommunikationswissenschaft nicht nur den Manifestationen originärpublizistisch verbreiteter (wie öffentliche Reden) bzw. über ›alte‹ und ›neue‹ (Massen-)Medien vermittelter Kommunikation. Das Fach befasst sich vielmehr auch mit:

- den *rechtlichen und politischen Bedingungen*, die den Ordnungsrahmen für Kommunikation und Massenkommunikation vorgeben;
- den *ökonomischen Gesetzmäßigkeiten und wirtschaftlichen Zwängen*, unter denen sich (Massen-)Kommunikation vollzieht;
- den unterschiedlichen *Organisationsformen, Medienverfassungen und Strukturen*, die im System Massenkommunikation vorfindbar sind;
- den technisch bedingten *Funktionsweisen und Eigengesetzlichkeiten* der Massenmedien, die sowohl für die Gestaltung der über sie vermittelten Botschaften wie auch für Rezeption und Wirkung der vermittelten Kommunikate von Bedeutung sind;
- den *Medienschaffenden* (Kommunikatoren, Journalisten, Programmgestaltern etc.), die die Inhalte und Programme der Massenmedien unter je unterschiedlichen Gegebenheiten und Bedingungen produzieren;
- den *Bedingungen und Prozessen publizistischer Aussagentstehung*, die wesentlichen Einfluss auf jene Wirklichkeit haben, die wir Medienwirklichkeit nennen (und die mit der »realen Wirklichkeit« nicht einfach gleich gesetzt werden kann);
- den *Rezeptionsgewohnheiten und Nutzungsweisen* der Medienkonsumenten, also mit dem Publikum der Massenmedien und der Art und Weise, wie es Medienbotschaften auswählt, aufnimmt und nutzt;
- den *individuellen Wirkungen und gesellschaftlichen Folgen*, die von medien- bzw. computervermittelter oder originärpublizistischer Kommunikation ausgehen können;
- dem *Verhältnis von Politik und Medien*, d.h. mit Aspekten politischer Kommunikation, insbesondere mit medialer Politikvermittlung;
- *Public Relations* und *Werbung* sowie deren Abgrenzung von journalistischer Kommunikation;
- zunehmend mit der Erforschung von *Organisations- und Unternehmens-Kommunikation*;
- und nicht zuletzt gehören aber auch *der Massenkommunikation vorgeschaltete und nachgelagerte Erscheinungen* wie etwa das Nachrichtenwesen, die Markt- und Meinungsforschung sowie Marketing und Medienmanagement zum Gegenstand der Kommunikationswissenschaft.

Die Zeitungs- und Publizistikwissenschaft der 1950er- und 1960er-Jahre konzentrierte sich in ihren Lehr- und Forschungsbemühungen im Wesentlichen auf die

Kernbereiche Presse, Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) und Film sowie – in geringerem Ausmaß – auf originäre Publizistik, deren Bedeutung jedoch schwindet und damit auch das wissenschaftliche Interesse an ihr. Als hochkomplex erweist sich die Erforschung zwischenmenschlicher (Face-to-face-)Kommunikation, der sich neben der Kommunikationswissenschaft vor allem Sprachforscher, Psychologen, Soziologen und Pädagogen annehmen.

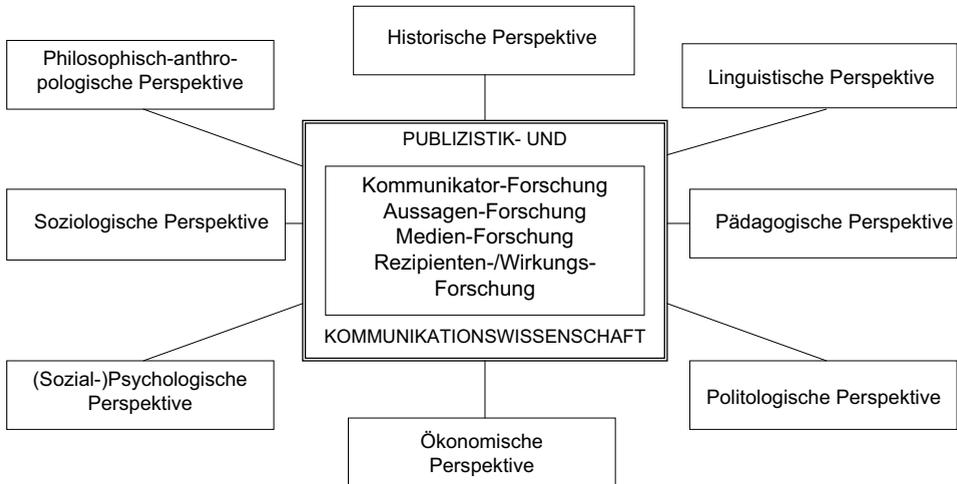
Im Gefolge neuer Entwicklungen im Medienbereich weitete die Kommunikationswissenschaft ihren Fachgegenstand verständlicherweise aus. Ihr Interesse gilt neben Presse und Rundfunk nun auch den »neuen Medien«, der Organisationskommunikation sowie weiteren bereits angeführten »Materialobjekten«. Wenn sich die Kommunikationswissenschaft also in erster Linie gegenwärtiger und aktueller Phänomene von Individual-, Gruppen- und Massenkommunikation annimmt, so darf dies jedoch nicht zu einer Vernachlässigung traditioneller Forschungsfelder führen. Dies gilt insbesondere für die historische Kommunikationsforschung: Ihre nicht einfach zu bewältigende Aufgabe ist es, die *Mediengeschichte* zur *Kommunikationsgeschichte* weiterzuentwickeln und die bisherige historische Entwicklung der Massenmedien in ihre jeweiligen politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Kontexte einzubetten.

1.2 Das Lehr- und Forschungsfeld

Die Kommunikationswissenschaft hat also, wie dargelegt, einen umfassenden Untersuchungsgegenstand. Sie stellt somit ein weites (und sich im Zuge der rasanten Entwicklung im Medienbereich immer noch ausweitendes) Lehr- und Forschungsfeld dar. Dies ist wohl der Grund dafür, dass es nur wenige Versuche gibt, ihren komplexen Fachgegenstand modellhaft aufzubereiten. Solche Systematisierungsversuche sind mitunter auch nicht unproblematisch; nur selten gelingt es nämlich, alle denkbaren Teildisziplinen gebührend zu berücksichtigen. Zudem besteht beim Aufgliedern immer die Gefahr, ein Fach in scheinbar zusammenhangslose Teilbereiche zu zerstückeln.

Die nachfolgende Systematik (vgl. Abbildung 1) versucht zweierlei: Sie will zum einen die wichtigsten Lehr- und Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft ausweisen; und sie möchte zweitens den trans- und interdisziplinären Charakter des Faches als Sozialwissenschaft aufzeigen und damit deutlich machen, dass man sich dem Gegenstand Kommunikationswissenschaft aus je unterschiedlichen Perspektiven nähern kann.

Abbildung 1:
Das Lehr- und Forschungsfeld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft



Als eine unter mehreren Möglichkeiten bietet es sich an, einen solchen Systematisierungsversuch am Beispiel eines vereinfacht dargestellten publizistischen Prozesses vorzunehmen. Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass solche Prozesse in soziopolitische, -ökonomische und -kulturelle Bezüge eingebettet sind. Ausgangspunkt ist folgendes, aus der traditionellen Massenkommunikation stammende Denkmodell:

Ein Journalist (= *Kommunikator*) berichtet über ein beobachtetes Ereignis in seinem Beitrag (= *Aussage*) in einer Zeitung oder im Rundfunk (= *Medium*); er wendet sich dabei an ein Publikum (= *Rezipienten*) und beabsichtigt bzw. erzielt – möglicherweise in anderer als intendierter Weise – eine Wirkung (= *Wirkung*).

Der amerikanische Kommunikationsforscher Harold D. Lasswell hat dieses Modell in seiner bereits 1948 geprägten und weithin bekannten Formel festgehalten (vgl. Lasswell 1948, 37-51):

<i>who says</i>	communicator
<i>what</i>	content
<i>in which channel</i>	medium
<i>to whom</i>	recipient, audience
<i>with what effect</i>	effect

Lasswell fragt also nach den Bestandteilen des Kommunikationsprozesses, den er als System sieht. Zugleich ermöglicht seine Systematik eine Zuordnung einschlägiger

Forschungsbereiche der Kommunikationswissenschaft. Seine Formel »ist mitunter als »lineares« Kommunikationsmodell missverstanden worden. Tatsächlich wollte der Autor nur anhand der Elemente des Kommunikationsprozesses die wichtigsten Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft identifizieren« (Noelle-Neumann 1997, S. 144; vgl. auch Burkart 1998, S. 481ff). Dementsprechend lassen sich in der Kommunikationswissenschaft in einem ersten Schritt die folgenden Forschungsfelder ausfindig machen:

- Kommunikator-Forschung:* hat die Medienschaffenden, die Journalisten, die Programmgestalter, PR-Referenten etc. in ihrem (engeren oder weiteren Berufsumfeld) zum Untersuchungsgegenstand;
- Aussagen-Forschung:* befasst sich mit den Massenmedien vorfindbaren manifesten und latenten Inhalten (Kommunikaten);
- Medien-Forschung:* untersucht die Massenmedien in ihren vielgestaltigen Ausprägungen, in ihren Strukturen und Organisationsformen, in ihren formalen Angebotsweisen, technisch bedingten Eigengesetzlichkeiten und Funktionsweisen;
- Rezipienten-Forschung:* legt den Fokus auf die Nutzer der Massenmedien, die Leser, Hörer und Zuschauer, ihre Nutzungsgewohnheiten, Nutzungsmotive und Nutzungserwartungen;
- Wirkungs-Forschung:* versucht, den Folgen von Kommunikation und Massenkommunikation auf den Grund zu gehen, den individuellen wie sozialen Wirkungen – den Wirkungen im Bereich der Kenntnisse und des Wissens, der Einstellungen und Meinungen, des Handelns und der Verhaltensweisen sowie der Emotionen bzw. Gefühle.

Keines der hier aufgezählten Lehr- und Forschungsfelder soll jedoch ausschließlich für sich betrachtet werden. Da zahlreiche Fragestellungen eines Forschungsfeldes oftmals andere tangieren, ist es sinnvoll, je nach Forschungsfrage andere Feldbereiche mit zu berücksichtigen. Dies lässt sich exemplarisch etwa an der Kommunikatorforschung (am Beispiel der Journalismusforschung) aufzeigen: Die Zeitungs-, Hörfunk- und Fernsehjournalisten sowie ihre Kollegen in professionell arbeitenden Online-Redaktionen agieren nicht im luftleeren Raum. Sie sind – je nach Medienbetrieb – eingebunden in eine Redaktion mit in aller Regel hierarchischen Strukturen; sie arbeiten unter spezifischen Bedingungen der Redaktionsausstattung, unter Zeit- und Konkurrenzdruck sowie unter ökonomischen Zwängen und Marktanforderungen; sie gehören Medienunternehmen mit unterschiedlichen Organisationsstrukturen an; sie verfügen über ein mehr oder weniger konkretes Publikumsbild; nicht zuletzt haben sie je unterschiedliche Erziehungsstile und Prozesse der gesell-

I. Einleitung

schaftlichen Integration (Sozialisation) erfahren. Kommunikatorforschung wird also im Kern speziellen Berufsfragen (beispielsweise des Journalismus) auf den Grund gehen; zugleich wird sie (daneben) aber auch andere Aspekte ergründen – Aspekte, die Bereiche wie beispielsweise die Aussagen-, Medien- oder Rezipientenforschung tangieren, um sich so ein zuverlässiges und differenziertes Bild über eine untersuchte Kommunikatorgruppe zu machen. Gleiches gilt vice versa für die Erforschung der anderen Bereiche.

I.3 Der interdisziplinäre Charakter des Faches

Kommunikationswissenschaft wird gegenwärtig primär aus einem sozialwissenschaftlichen Verständnis heraus und oftmals auch interdisziplinär betrieben. Je nach konkreter Fragestellung werden Phänomene individueller und/oder gesellschaftlicher Kommunikation (»Materialobjekt«) unter je unterschiedlichem Erkenntnisinteresse (»Formalobjekt«) ergründet. Im Folgenden seien exemplarisch und damit ohne jeden Anspruch auf Vollständigkeit einige Fachperspektiven genannt, anhand deren der interdisziplinäre Charakter der Kommunikationswissenschaft, insbesondere der sozialwissenschaftliche, gut deutlich gemacht werden kann (ohne andere Fächer bzw. Perspektiven gering schätzen, vernachlässigen oder ausgrenzen zu wollen):

<i>historisch</i>	Kommunikations- und Mediengeschichte, nach Möglichkeit unter Berücksichtigung der jeweiligen politischen, ökonomischen, sozialen, kulturellen und technischen Gegebenheiten und Bedingungen; oder: Medien als Geschichtsquelle; nicht zuletzt auch kommunikations-theoretische Fragestellungen fachgeschichtlicher Art;
<i>philosophisch-anthropologisch</i>	Kommunikation als Grundvoraussetzung menschlicher Existenz und individueller Entfaltung; medienvermittelte Kommunikation in ihrer Bedeutung für zwischenmenschliche Kommunikation; Ethik der sozialen Kommunikation;
<i>soziologisch</i>	Massenmedien und ihre Bedeutung für die gesellschaftliche Integration; Sozialisation durch Massenkommunikation, Medien als Vermittler von gesellschaftlichen Werten, Normen, Rollen und Verhaltensweisen; aber auch: Merkmale und Modalitäten von Individual-, Gruppen- und Massenkommunikation;
<i>(sozial-)psychologisch</i>	Kommunikations- und Medienwirkungen auf das Individuum, auf sein Wissen, Denken, Fühlen, Handeln; Verhalten; Kommunikations- und Medienpsychologie;

<i>politologisch</i>	Kommunikations- und Medienpolitik, Recht der Massenmedien, politische Grundlagen und Strukturen von Massenkommunikation; Politikvermittlung und Massenmedien; demokratietheoretische Bedeutung der Massenmedien; Medien, Öffentlichkeit und öffentliche Meinung; politische Rhetorik;
<i>ökonomisch</i>	Medienökonomie und Medienwettbewerb; Konzentration und Monopolbildung im Bereich der Massenmedien; volkswirtschaftliche Bedeutung der Massenmedien; betriebswirtschaftliche Grundlagen von Presse, Funk, Fernsehen, Film, »neuen Medien«; Medieninhalte und -programme als wirtschaftliche Güter;
<i>pädagogisch</i>	Massenmedien als Lehr- und Lerngegenstand in Schule und Erwachsenenbildung; Kinder und Medien; Vermittlung aktiver und passiver Medien- und Computerkompetenz; auch Medienverwendung und Unterrichtstechnologie;
<i>linguistisch</i>	Kommunikation, Massenkommunikation und Sprache; Massenmedien, Sprachgebrauch und Sprachverhalten; Verstehen und Verständlichkeit in Kommunikation und Massenkommunikation; Massenmedien und Alltagssprache; Sprechakttheorie.

Zu ergänzen ist dieser Katalog u.a. um rechtswissenschaftliche, kulturwissenschaftliche, kunstwissenschaftliche sowie informationswissenschaftliche Perspektiven; diese gewinnen in der Kommunikationswissenschaft zunehmend Aufmerksamkeit und Bedeutung. Abgrenzungen der einzelnen Perspektiven sind in aller Regel nicht so einfach möglich, zumal Übergänge in andere Fächer und Perspektiven fließend sein können.

I.4 Theoretische Zugänge und wissenschaftliche Methoden

Die Aufarbeitung eines Forschungsfeldes (z.B. Rezipientenforschung) und einer gewählten Perspektive (z. B. die psychologische) kann je nach konkreter Fragestellung bzw. Hypothese und je nach wissenschaftlichem Standort des Forschers aus unterschiedlichen theoretischen Positionen bzw. Theorien heraus erfolgen. Unter *Theorien* werden Begründungszusammenhänge verstanden, die eine (in unserem Fall gesellschaftliche) Wirklichkeit – das *Ganze* – oder nur einen Ausschnitt davon – die *Teile* – zu erklären versuchen. Dabei kann man aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht zwischen Makro-, Meso- und Mikrotheorien unterscheiden. *Makrotheorien* zeichnen sich durch eine ganzheitliche Betrachtung eines Materialobjektes (z.B. das Materialobjekt »Kommunikation« oder »Massenkommunikation« als Ganzes) sowie

durch einen hohen Abstraktionsgrad aus und beanspruchen eine »große Reichweite«. Dazu gehören beispielsweise systemtheoretische, kritisch-theoretische oder materialistische Ansätze sowie Ansätze in der Tradition der Cultural Studies. *Mesotheorien* beziehen sich auf einen Teilausschnitt des gesellschaftlichen Phänomens Massenkommunikation (z.B. Journalismustheorien, Medientheorien, PR-Theorien, Werbetheorien, Theorien zur Online-Kommunikation etc.) und stellen somit in aller Regel Theorien »mittlerer Reichweite« dar. *Mikrotheorien* wie etwa jene der Kommunikations- und Medienpsychologie beschränken sich auf ausgewählte, eher klein dimensionierte, gleichwohl durchaus hochkomplexe Teilbereiche der Kommunikation und beanspruchen nur »geringe Reichweite«. Dazu gehören beispielsweise zahlreiche Theorien über individuelle Wirkungen der Massenmedien, also etwa (sozial-)psychologisch begründete Handlungstheorien, der Symbolische Interaktionismus, die Lern- und Verhaltenstheorien, Einstellungstheorien und Gruppentheorien. Da es nicht nur in der Kommunikationswissenschaft, sondern generell in den Sozialwissenschaften streng allgemein gültige Theorie-Aussagen (so genannte Allaussagen) nicht gibt, wird oftmals nicht von Theorien, sondern richtiger – und bescheidener – von »theoretischen Ansätzen« gesprochen (vgl. Burkart (1998), S. 411 ff).

Die internationale Kommunikationswissenschaft verfügt über zahlreiche theoretische Ansätze unterschiedlicher Herkunft, Reichweite und Güte. Auch die deutschsprachige Zeitungs-, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hat zahlreiche solcher Ansätze hervorgebracht. Auf folgende (makrotheoretische) Ansätze kann man verweisen, die sowohl die Entwicklung des Faches im deutschen Sprachraum wie auch die Vielfalt unterschiedlicher theoretischer Zugänge widerspiegeln (hier in der Chronologie ihres Entstehens):

- der (bereits aus den 1930er-Jahren stammende) normative Denkansatz Emil Dovifat (vgl. Dovifat 1968; Hachmeister 1987, S. 79ff; Pürer 1998, S. 141f);
- der ursprünglich auf Karl d’Ester sowie Otto Groth (1960) zurückgehende (im Fach wenig rezipierte und diskutierte) zeitungswissenschaftliche Denkansatz, wie er von Hans Wagner vertreten wird und von ihm auch fortentwickelt wurde (vgl. Groth 1960ff; Wagner 1978; Wagner 1995, Groth 1998 [Reprint], Wagner 1998).
- der in den 1950er-Jahren formulierte Ansatz der systematischen Publizistik Walter Hagemanns (vgl. Hagemann 1966; Hachmeister 1987, S. 130ff; Pürer 1998, S. 142ff; Hemels et al. 2000);
- die in den 1960er-Jahren entstandene funktionale Publizistik Henk Prakkes (vgl. Prakke 1968; Hachmeister 1987, S. 230ff; Pürer 1998, S. 145ff; Hemels et al. 2000);
- der 1963 erstmals veröffentlichte Ansatz Gerhard Maletzkes (vgl. Maletzke 1963; Pürer 1998, S. 149ff), dessen viel beachtetes Prozessmodell der Massenkommunikation von Roland Burkart und Walter Hömberg im Hinblick auf computervermittelte (Gemeinschafts-)Kommunikation weiterentwickelt wurde (vgl. Burkart/Hömberg 1998);

- die ideologiekritischen Ansätze aus dem Umfeld der Frankfurter Schule, die Ende der 1960er-/Anfang der 1970er-Jahre aufgekommen sind (vgl. Enzensberger 1971; Negt 1973; Baacke 1974; Pürer 1998, S. 163ff);
- die ebenfalls aus den 1970er-Jahren stammenden materialistischen bzw. neomarxistischen Ansätze (vgl. Holzer 1973; Dröge 1973; Hoffmann 1973; Schreiber 1984; Pürer 1998, S. 168ff);
- der demokratietheoretische Ansatz von Rainer Geißler (vgl. Geißler 1973, 1976, 1979; Burkart 1998);
- die Ende der 1960er-Jahre erstmals formulierten, vorwiegend auf den Journalismus bezogenen und in der Folge vielfältig im Fach verorteten und weiterentwickelten systemtheoretischen Überlegungen Manfred Rühls (vgl. Rühl 1969, 1980, 1992, 1996; Löffelholz 2000; Scholl 2002) sowie die systemtheoretische Medientheorie Niklas Luhmanns (vgl. Luhmann 1996);
- der verständigungsorientierte Ansatz nach Jürgen Habermas (die so genannte Theorie des kommunikativen Handelns – vgl. Habermas 1981, 1984, 1990; Burkart 2002);
- sowie der in den 1990er-Jahren auf die Kommunikationswissenschaft allgemein sowie auf den Journalismus im Besonderen bezogene (radikale) Konstruktivismus (vgl. Schmidt 1994; Merten 1995; Weber 1995 und 1997; Scholl/Weischenberg 1998).

Zu den gegenwärtig am meisten diskutierten theoretischen Ansätzen gehören systemtheoretische sowie konstruktivistische Überlegungen (vgl. Kapitel 4.1.4.5; vgl. Bentele/Rühl 1993; Löffelholz 2000; Scholl 2002; Kunczik/Zipfel 2001, S. 66-83).

Hinzu kommen zahlreiche, mehrheitlich aus dem angloamerikanischen Raum stammende und in die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft übernommene theoretische Ansätze unterschiedlicher Reichweite, die sich beispielsweise auf Prozesse journalistischer Aussagenentstehung (wie die Gatekeeper- und Nachrichtenswerttheorien – vgl. Galtung/Ruge 1965; Schulz 1976; Staab 1990; Eilders 1997) sowie vor allem auf individuelle und gesellschaftliche Wirkungen bzw. Folgen von Publizistik und Massenkommunikation beziehen (vgl. Schenk 2002; Bonfadelli 1999; Jäckel 1999; Winterhoff-Spurk 1999). Dazu gehören auch Theorieansätze über Wirkungen von Gewaltdarstellungen in den Massenmedien (vgl. Kunczik 1998; Kunczik 2002). Bezüglich der zahlreichen in der Kommunikationswissenschaft vorfindbaren Wirkungstheorien darf der Hinweis nicht fehlen, dass die von Elisabeth Noelle-Neumann entworfene Theorie der Schweigespirale (vgl. Kapitel 5.2.4) sowie der von Werner Früh und Klaus Schönbach entwickelte dynamisch-transaktionale Ansatz (vgl. Kapitel 4.4.3.4) Theorieentwürfe deutschsprachiger Provenienz sind, die auch außerhalb Deutschlands, vor allem in der angloamerikanischen Kommunikationswissenschaft, aufmerksam rezipiert und diskutiert werden.

Zu vielen der oben erwähnten (sowie zahlreichen hier nicht angesprochenen) Theorien bzw. theoretischen Ansätzen gibt es mehrere Überblicksdarstellungen (vgl.

Kunczik 1984; Bentele/Rühl 1993; Bentele/Beck 1994; Burkart/Hömborg 1995; Renckstorf 1995). Modelltheoretische Darstellungen sind beispielsweise den Publikationen von Roland Burkart (2002), Denis McQuail (2000) sowie Michael Kunczik und Astrid Zipfel (2001) zu entnehmen. Viele theoretische Ansätze sind auch in die Ausführungen mehrerer Abschnitte der vorliegenden Publikation integriert.

Aus dem eben Ausgeführten über den Theorienpluralismus des Faches geht hervor, dass es *die eine* (Gesamt-)Theorie für Kommunikation, Massenkommunikation oder Online-Kommunikation, für Journalismus, PR, Organisationskommunikation oder Werbung etc. nicht gibt. Gerhard Maletzke resümierte zuletzt 1998 kritisch, dass die Kommunikationswissenschaft von dem Ziel eines empirisch kohärenten Systems von Allgemeinaussagen noch weit entfernt ist. »Gegenwärtig besteht diese Wissenschaft unter dem Aspekt der Theorienbildung aus einer großen Zahl von Einzelsätzen, Hypothesen, Konzepten, die unverbunden und oft untereinander unstimmig auf sehr verschiedenen Abstraktionsebenen im Raum stehen« (Maletzke 1998, S. 102). Ob es angesichts des Theorien- (und übrigens auch des Methoden-)Pluralismus jemals eine einheitliche Theorie von zwischenmenschlicher Kommunikation, Massenkommunikation, Online-Kommunikation, Werbekommunikation etc. geben wird, ist nicht absehbar und beispielsweise im Hinblick auf Medienwirkungen wohl auch nicht wünschenswert. Man stelle sich vor, es gäbe etwa in der so genannte wissenschaftlichen Rhetorik, wo es um Überzeugungskommunikation geht, empirisch absolut abgesicherte, einschlägige Erkenntnisse über die Wirkung von Argumentationen und Schlussfolgerungen in der (öffentlichen) politischen Kommunikation – der Manipulation der Leser, Hörer oder Zuschauer wäre Tür und Tor geöffnet.

Um zu einer einheitlichen Theorie im Bereich der Kommunikationswissenschaft zu gelangen, ist wohl auch ihr Gegenstandsbereich und ihr Perspektivenreichtum zu umfassend und zu heterogen. Dies bringt dem Fach mitunter den Vorwurf ein, eine eklektizistische Wissenschaft zu sein, die Denkmodelle, Theoreme und Erkenntnisse aus anderen Bereichen übernimmt und in neuer Weise synthetisiert (vgl. Krallmann/Ziemann 2001, S. 12).

Gleichwohl verlangt die Klärung theoretisch begründeter wissenschaftlicher Fragestellungen immer auch nach dem Einsatz geeigneter *Methoden bzw. Forschungstechniken*. Darunter versteht man wissenschaftliche Verfahrensweisen, durch deren systematische Anwendung im Rahmen eines Forschungsplanes eine offene Fragestellung abgeklärt werden soll. Die Fragestellung bestimmt dabei die Methode (und nicht umgekehrt). In der Kommunikationswissenschaft finden folgende Methoden Anwendung: die historische Methode, die beschreibt und analysiert; der hermeneutisch-interpretative Weg, der phänomenologisch ausgerichtet ist; sowie der Einsatz quantitativer wie qualitativer empirisch-analytischer Verfahren, die heute im Fach überwiegen. Zu den letztgenannten gehören vor allem die quantifizierenden sozialwissenschaftlichen Forschungstechniken der Inhaltsanalyse, der wissenschaftlichen Befragung (Interview), der Beobachtung und experimenteller Designs (vgl. Kapitel 6; vgl. Brosius/Koschel 2001). Unter den qualitativen Methoden ragen das Intensiv-

Interview, Gruppeninterviews, das Expertengespräch, die qualitative Inhaltsanalyse sowie tiefenpsychologische Verfahren heraus (vgl. Lamnek 1995a und 1995b).

Literatur

- Baacke, Dieter (Hrsg.) (1974): Kritische Medientheorien. München.
- Bentele, Günter; Beck, Klaus (1994): Information – Kommunikation – Massenkommunikation: Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Jarren, Otfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen, S. 15-50.
- Bonfadelli, Heinz (1999): Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2000): Medienwirkungsforschung II: Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz.
- Brosius, Hans-Bernd; Koschel, Friederike (2001): Empirische Methoden der Kommunikationsforschung. Opladen.
- Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Köln.
- Burkart, Roland; Hömberg, Walter (1998): Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation. Eine Herausforderung für die kommunikationswissenschaftliche Modellbildung. In: Pfammer, Rene (Hrsg.): Multi Media Mania. Reflexionen zu Aspekten neuer Medien. Konstanz, S. 19-36.
- Burkart, Roland; Hömberg, Walter (Hrsg.) (1995): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. 2. Aufl. Wien.
- Dovifat, Emil (1968): Allgemeine Publizistik. Einleitung. In: Dovifat, Emil (Hrsg.): Handbuch der Publizistik. Band I: Allgemeine Publizistik. Berlin, S. 1-12.
- Dröge, Franz (1973): Wissen ohne Bewusstsein. Materialien zur Medienanalyse der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt/Main.
- Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information. Wiesbaden.
- Enzensberger, Hans Magnus (1973): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Prokop, Dieter (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. Bd. 2: Konsumption. Frankfurt/Main, S. 420-434.
- Faulstich, Werner (Hrsg.) (1998): Grundwissen Medien. 3. Aufl. München.
- Galtung, Johan; Ruge, Mari H. (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba und Cyprus Crisis in Four Foreign Newspapers. In: Journal of Peace Research, 2:1965, S. 64-91.
- Geißler, Rainer (1973): Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie – Ansätze zu einer normativ-empirischen Theorie. Tübingen.
- Geißler, Rainer (1976): Bedürfnisvermittlung und Kommunikation. Voraussetzungen und Hindernisse für kommunikative Chancengleichheit. In: Rundfunk und Fernsehen 23:1976, S. 3-14.
- Geißler, Rainer (1979): Partizipatorisch-pluralistische Demokratie und Medieninhalte. In: Publizistik 24:1979, S. 71-187.
- Gottschlich, Maximilian (Hrsg.) (1987): Massenkommunikationsforschung. Theorieentwicklung und Problemperspektiven. Wien. [Darin ein Reprint des Lasswell-Aufsatzes »The Structure and Function of Communication in Society«].
- Groth, Otto (1960ff): Die unerkannte Kulturmacht. 7 Bände. Berlin.

I. Einleitung

- Groth, Otto (1998): Vermittelte Mitteilung. Ein journalistisches Modell der Massenkommunikation. Hrsg. von Wolfgang R. Langenbacher. München [*Reprint und Textcollage*].
- Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt/Main.
- Habermas, Jürgen (1984): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt/Main.
- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Vorwort zur Neuauflage. Frankfurt/Main.
- Hachmeister, Lutz (1987): Theoretische Publizistik. Studien zur Geschichte der Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Berlin.
- Hagemann, Walter (1966): Grundzüge der Publizistik. Hrsg. von Henk Prakke. Münster.
- Hemels, Joan et al. (2000): Entgrenzungen. Erinnerungen an Henk Prakke. Assen.
- Hoffmann, Burkard (1973): Zum Problem der Entwicklung einer materialistischen Medientheorie. In: Aufermann, Jörg et al. (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Bd. 1. Frankfurt/Main, S. 190-206.
- Holzer, Horst (1973): Massenkommunikation und Demokratie. Politökonomische Aspekte. In: Propkop, Dieter (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. Bd. 1: Produktion. Frankfurt/Main, S. 113-129.
- Hunziker, Peter (1996): Medien, Kommunikation und Gesellschaft: Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation. 2. Aufl. Darmstadt.
- Jäckel, Michael (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen.
- Jarren, Otfried (Hrsg.) (1994): Medien und Journalismus. Eine Einführung. 2 Bde. Opladen.
- Jarren, Otfried; Bonfadelli, Heinz (Hrsg.) (2001): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Stuttgart.
- Koszyk, Kurt; Pruys, Karl Hugo (Hrsg.) (1981): Handwörterbuch der Massenkommunikation. Frankfurt/Main. [*Immer noch lesenswert*].
- Krallmann, Dieter; Ziemann, Andreas (2001): Grundkurs Kommunikationswissenschaft. Mit einem Hypertextprogramm im Internet. München. [*Der Band beschränkt sich auf Kommunikation im genuine Wortsinn und spart Phänomene der Publizistik, der Massenkommunikation, der PR und Werbung etc. aus*].
- Kunczik, Michael (1984): Kommunikation und Gesellschaft. Theorien zur Massenkommunikation. Köln, Wien. [*Immer noch lesenswert*].
- Kunczik, Michael (1998): Gewalt und Medien. Köln.
- Kunczik, Michael (2002): Gewaltforschung. In: Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. 2., vollständig überarb. Auflage. Stuttgart, S. 206-238.
- Kunczik, Michael, Zipfel, Astrid: (2001): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien.
- Lamnek, Siegfried (1995a): Qualitative Sozialforschung. Band 1: Methodologie. Weinheim.
- Lamnek, Siegfried (1995b): Qualitative Sozialforschung. Band 2: Methoden und Techniken. Weinheim.
- Langenbacher, Wolfgang R. (Hrsg.) (1999): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung in ihre Teildisziplinen. Wien.
- Löffelholz, Martin (Hrsg.) (2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden.
- Ludes, Peter (1998): Einführung in die Medienwissenschaft. Entwicklungen und Theorien. Berlin. [*Medienwissenschaftlicher Ansatz*].
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. Aufl. Opladen.
- Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg. [*Klassiker, immer noch lesenswert*].
- Maletzke, Gerhard (1999): Kommunikationswissenschaft im Überblick. Opladen.
- McQuail, Denis (2000): Mass Communication Theory. An Introduction. London.

- Merten, Klaus (1995): Konstruktivismus als Theorie für die Kommunikationswissenschaft. Eine Einführung. In: Medien Journal 4:1995, S. 3-20.
- Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster.
- Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen.
- Meyen, Michael (2001): Mediennutzungsforschung. Eine Einführung. Konstanz.
- Meyn, Hermann (2001): Massenmedien in Deutschland. Konstanz.
- Negt, Oskar (1973): Massenmedien – Herrschaftsmittel oder Instrumente der Befreiung? In: Prokop, Dieter (Hrsg.): Kritische Kommunikationsforschung. München, S. 1-28.
- Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke Jürgen (Hrsg.) (2000): Fischer-Lexikon Publizistik – Massenkommunikation. 7., überarb. Aufl. Frankfurt/Main.
- Prakke, Henk (1968): Kommunikation der Gesellschaft. Einführung in die funktionale Publizistik. Münster.
- Pürer, Heinz (1998): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Systematik, Fragestellungen, Theorieansätze, Forschungstechniken. 6. Aufl. Konstanz.
- Pürer, Heinz; Raabe, Johannes (1996): Medien in Deutschland I: Presse. 2. Aufl. Konstanz.
- Renckstorf, Karsten (1995): Kommunikationswissenschaft als sozialwissenschaftliche Disziplin: Theoretische Perspektiven, Forschungsfragen und Forschungsansätze. Nijmegen.
- Rühl, Manfred (1969): Systemdenken und Kommunikationswissenschaft. In: Publizistik 14:1969, S. 185-205.
- Rühl, Manfred (1980): Journalismus und Gesellschaft. Mainz.
- Rühl, Manfred (1992): Theorie des Journalismus. In: Burkart, Roland; Hömberg, Walter (Hrsg.): Kommunikationstheorien. Wien, S. 117-133.
- Rühl, Manfred (1996): Systemtheoretische Erkenntnisgrenzen. In: Publizistik 41:1996, S. 225-227.
- Schenk, Michael (2002): Medienwirkungsforschung. Stuttgart.
- Schmidt, Siegfried (1994): Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten, Klaus et al. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen, S. 3-19.
- Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido (2000): Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg.
- Scholl, Armin (2002): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz.
- Scholl, Armin; Weischenberg, Siegfried (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie, Empirie. Opladen.
- Schramm, Wilbur (1969): Grundfragen der Kommunikationswissenschaft. 2. Aufl. München. [*Immer noch lesenswert*].
- Schreiber, Erhard (1984): Kritik der marxistischen Kommunikationstheorie. München.
- Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg. [*Neuaufgabe 1990*].
- Staab, Joachim R. (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg.
- Stöber, Rudolf (2000): Deutsche Pressegeschichte. Einführung, Systematik, Glossar. Konstanz.
- Stuiber, Heinz-Werner (1998): Medien in Deutschland II. Rundfunk. 2 Teile. Konstanz.
- Tonnemacher, Jan (1996): Kommunikationspolitik in Deutschland. Eine Einführung. Konstanz.
- Wagner, Hans (1978): Kommunikation und Gesellschaft. 2 Bde. München.
- Wagner, Hans (1995a): Journalismus I: Auftrag. Gesammelte Beiträge zur Journalistentheorie. Erlangen.
- Wagner, Hans (1995b): Fachstichwort: Massenkommunikation. In: Groth, Otto: Vermittelte Mittei-

I. Einleitung

- lung: ein journalistisches Modell der Massenkommunikation. Hrsg. von Wolfgang R. Langenbacher. München, S. 187-240.
- Wagner, Hans (1997): Erfolgreich Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) studieren. München. [*Zeitungswissenschaftliche Perspektive*].
- Weber, Stefan (1995): The Message Makes the Event. Zur Richtung des Denkens in konstruktivistischen Medientheorien. In: Medien Journal Heft 4:1995, S. 21-35.
- Weber, Stefan (1997): Doppelte Differenz. Schritte zu einer konstruktivistischen Systemtheorie der Medienkommunikation. In: Medien Journal Heft 1:1997, S. 34-43.
- Weischenberg, Siegfried (1998): Journalistik I und II. 2. Aufl. Opladen.
- Wilke, Jürgen (2000): Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert. Köln, Weimar, Wien.
- Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1999): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bonn.
- Winterhoff-Spurk, Peter (1999): Medienpsychologie. Eine Einführung. Stuttgart.

2. Zur Fachgeschichte

Die wissenschaftliche Reflexion über gesellschaftliche Kommunikation beginnt nicht erst etwa mit der Begründung der Zeitungswissenschaft im zweiten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts. Vielmehr setzt die Beschäftigung mit publizistischer Kommunikation im europäischen Raum bereits mit der Entwicklung der Rhetorik in der Antike ein. Ein kräftiger Impuls ging des Weiteren von der Erfindung der Buchdruckerkunst sowie in deren Gefolge vom Aufkommen erster Zeitungen zu Beginn des 17. Jahrhunderts aus. Seither verdichtet sich das wissenschaftliche Interesse an den publizistischen Medien kontinuierlich. Mit der Begründung der universitären Zeitungswissenschaft im Jahre 1916 durch Karl Bücher war ein wichtiger Schritt zur Etablierung des Faches getan. Es entfaltete sich anfangs nur langsam und erlitt durch den Nationalsozialismus insofern eine Zäsur, als es politisch vereinnahmt wurde. Der Wiederaufbau nach 1945 ging ebenfalls nur eher zögernd voran. Erst im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts erhielt es durch die Errichtung neuer Institute, Studiengänge, Lehrstühle und Professuren wichtige Schubimpulse. Die Kommunikationswissenschaft ist heute – im Vergleich zu den Naturwissenschaften, den technischen Wissenschaften, der Medizin oder der Jurisprudenz – zwar immer noch ein relativ kleines Fach; sie ist aus dem Kanon der Geistes- und Sozialwissenschaften sowie ästhetisch-künstlerischer Disziplinen jedoch nicht mehr wegzudenken.

2.1 Rhetorik der Antike

In der Rhetorik der Antike ist ein erster Versuch zu sehen öffentliche Kommunikation systematisch zu durchdringen. Die Rhetorik war und ist ein »politisch und ethisch fundiertes Lehrsystem wirksamer öffentlicher Rede« (Bußmann 1990, S. 486). Zu ihren wohl größten Schöpfern gehörten der Grieche Aristoteles (4. Jh. vor Chr.) sowie die Römer Cicero und Quintilian (beide 1. Jh. nach Chr.). Sie schufen »die wichtigsten Grundgesetze, Methoden und Techniken der öffentlichen Meinungsbildung und -führung durch das Urmedium aller Publizistik, die menschliche Stimme« (Kieslich 1972, S. 68f). Die klassische Dreiteilung der Redegattungen in *Gerichtsrede* (Anklage, Verteidigung), *Ratsrede* (auf der Polis) sowie *Lob- und Tadelrede* (z.B. Festrede) geht auf Aristoteles zurück. Sie orientiert sich an den für die Antike relevanten Kommunikationssituationen Gericht, Volksversammlung und Fest. Das umfassende Lehrsystem der antiken Rhetorik bestand, stark verkürzt wiedergegeben, aus mindestens drei Bündeln wichtiger Anleitungen. Es enthielt (vgl. Bußmann 1990, S. 648):

2. Zur Fachgeschichte

- a) wichtige *Elemente der Rede zur Schilderung von Geschehensabläufen* (wer, was, wo, wann, wie, warum);
- b) detaillierte *Schemata für die Arbeitsphasen des Redners* (Stoffsammlung, Gliederung, rednerischer Ausdruck, Einprägen der Rede, Verwirklichung durch Vortrag); sowie
- c) genaue *Hinweise auf mögliche Stilarten* (schlichter, mittlerer, erhabener Stil) und *Stilqualitäten* (Sprachrichtigkeit, Verständlichkeit, Angemessenheit, Schmuck).

Die Rhetorik wurde vom Altertum über das Mittelalter bis zur Aufklärung an Hochschulen und Akademien als eigenes Fach gelehrt. Das christliche Mittelalter eignete sich das rhetorische Wissen für Bibelauslegung und Predigtlehre an. Renaissance und Humanismus brachten der Rhetorik in vielen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens neue Höhepunkte. Von besonderer politischer Bedeutung war die Rhetorik in der Französischen Revolution sowie im Zusammenhang mit der Entwicklung einer kritischen bürgerlichen Öffentlichkeit. Im 20. Jahrhundert wird sie als »New Rhetoric« in den USA wieder entdeckt – als Rhetorik der Massenmedien, der politischen Kommunikation und der Werbung mit psychologischem Schwerpunkt. Von ihrer Gegenstandszuordnung als Materialobjekt der Kommunikationswissenschaft gehört die öffentliche Rede in den Bereich der *originären Publizistik*. In ihren Regeln finden sich nicht nur Gebote für Art, Aufbau, Stil und Form der Rede, sondern auch für die Absicht, mithilfe von Argumentation und Schlussführung in der öffentlichen Rede ein Höchstmaß an (politischer) Überzeugung zu erreichen – also das, was wir heute »persuasive Kommunikation« nennen (vgl. Hovland/Janis/Kelly 1953; Koeppler 2000).

2.2 Dogmatiker und Aufklärer im 17. und 18. Jahrhundert

Mit der Erfindung des Buchdrucks durch Johann Gensfleisch zu Gutenberg etwa zur Mitte des 15. Jahrhunderts (konkret: 1445) verlagerte sich das akademische Interesse von der Rhetorik auf die gedruckte Publizistik. Es waren vornehmlich Pädagogen, (Moral-)Theologen und Politiker, die mehr oder weniger wissenschaftlich über die Zeitungen des 17. Jahrhunderts reflektierten. Groth bezeichnet sie pauschal als *Dogmatiker*, da sie alle »von bestimmten Dogmen ausgingen, sei es dem absolutistisch-religiösen, sei es dem rationalistischen« (Groth 1948, S. 15). Zu erwähnen sind beispielsweise der Hofrat und Politiker Ahasver Fritsch sowie der lutherische Geistliche und Superintendent Johann Ludwig Hartnack. Beide richteten sich gegen den Missbrauch der Presse und gegen die Zeitungen als Laster der Zeit (vgl. Groth 1948, S. 17). Diesen kulturpessimistischen Haltungen stehen jedoch auch andere Stimmen gegenüber wie jene Christian Weises oder Daniel Hartnacks. Der Philosoph und Pädagoge Weise, ein Vorreiter der Aufklärung, tritt für die Zeitung ein und will sie zur Ausbildung verwerten (vgl. Groth 1948, S. 17). Der Pädagoge und Pfarrer Hartnack