Theoretische Ansätze als kommunikative Konstruktionen

Optionen und Konsequenzen einer konstruktivistischen Erklärung der Wissenschaftsentwicklung

Gerhard Vowe

Können theoretische Ansätze als kommunikative Konstruktionen begriffen werden? Am Beispiel des kommunikationswissenschaftlichen Ansatzes „Medienrealität" wird gezeigt, welche Optionen sich bieten, wenn die Entwicklung theoretischer Ansätze auf Basis eines konstruktivistischen Wissenschaftsverständnisses erklärt werden soll. Es wird zunächst dargelegt, welche Erklärungsmöglichkeiten der soziale Konstruktivismus auf der Makro-, Meso- und Mikroebene von Interaktion eröffnet. Stichworte dafür sind: Generationenwechsel, kollektive Wissensproduktion, opportunistische Forschungslogik. Dann wird dargelegt, welche Erklärungsmöglichkeiten der kommunikative Konstruktivismus bietet. Dabei kann mit verschiedenen Kommunikationsbegriffen operiert werden, beispielsweise mit einem sprachtheoretischen oder einem medientheoretischen Kommunikationsbegriff. Die Erklärungen haben Konsequenzen für die strategische Gestaltung und Vermittlung theoretischer Ansätze.

Schlüsselwörter: Theoretischer Ansatz, Medienrealität, kommunikativer Konstruktivismus, Sozialkonstruktivismus, Fachgeschichte.

1. Fragestellung: Worum geht es?[1]

„If all you have is a hammer, every problem looks like a nail" – so postuliert das „Law of Instrument", auch „Maslow's Hammer" genannt.[2] Diese Metapher macht die Wirkung eines *theoretischen Ansatzes* anschaulich: Er prägt das Denken und Sehen und Handeln von Forschern. Er markiert den Punkt, an dem man bei der Lösung eines wissenschaftlichen Problems ansetzt. Es hängt vom theoretischen Ansatz ab, wie man etwa die rasante Verbreitung von WhatsApp sieht, ob als Summe individueller rationaler Auswahlen unter Möglichkeiten oder als kulturelle Evolution oder als Folge veränderter Gruppennormen. Ein Ansatz bildet somit eine spezielle Perspektive, aus der man den Gegenstandsbereich sieht.

Im Kontext der Konstruktivismusdebatte stellt sich eine doppelte *Frage*: Können theoretische Ansätze als kommunikative Konstruktionen begriffen werden? Und was folgt daraus?

1 Ich danke Marco Dohle, Josef Haschke, Philipp Henn, Andreas Hepp und zwei anonymen Gutachtern für Kommentare zu einer früheren Fassung. Außerdem danke ich den Teilnehmern der Tagung „Braucht die Mediatisierungsforschung den Kommunikativen Konstruktivismus?" des DFG-SPP „Mediatisierte Welten" am 30.06./01.07.2016 für weitere Hinweise, insbesondere Jo Reichertz.

2 "I suppose it is tempting, if the only tool you have is a hammer, to treat everything as if it were a nail" (Maslow, 1966: 15-16). „I call it the law of instrument, and it may be formulated as follows: Give a small boy a hammer, and he will find that everything he encounters needs pounding" (Kaplan, 1964: 28).

 DOI: 10.5771/1615-634X-2017-2-236

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Ziel des Beitrags ist es, mit der Antwort auf diese doppelte Frage das Verhältnis von theoretischen Ansätzen und Konstruktivismus zu prüfen. Ich will exemplarisch zeigen, wie der Stellenwert eines Ansatzes in einer Disziplin aus einer konstruktivistischen Perspektive erklärt werden könnte. Und ich will zeigen, welche Konsequenzen für die Theorieentwicklung aus einer solchen kommunikationsorientierten Erklärung gezogen werden könnten. Damit soll zugleich ein Beitrag zur Diskussion um das Fachverständnis der Kommunikationswissenschaft geleistet werden – kein empirischer, sondern ein theoretisch fundierter Beitrag, der einige Befunde der Fachgeschichtsschreibung akzentuiert und in ein spezielles Licht setzt (vor allem von Meyen & Löblich, 2006; Löblich, 2010).

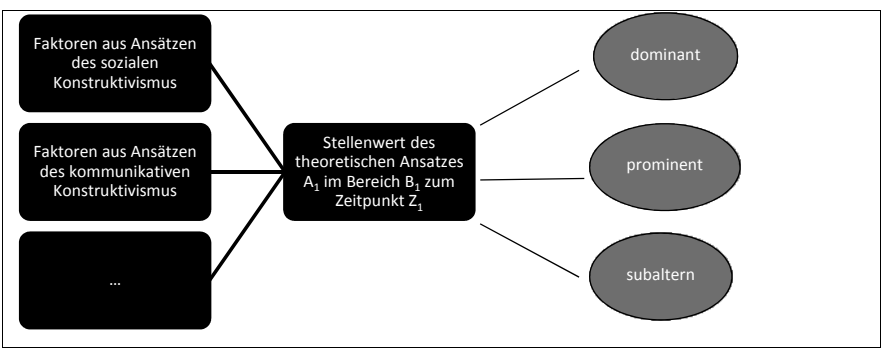
2. Hypothetische Kausalzusammenhänge: Was könnte wodurch erklärt werden?

Das Ziel dieses Beitrags geht über eine Beschreibung von theoretischen Ansätzen aus einer konstruktivistischen Perspektive hinaus und ist mit einem *kausalen Anspruch* verbunden. Dafür wird im Folgenden ein Modell skizziert.

2.1 Kausalmodell als Grundlage eines Gedankenexperiments

Um den Erklärungsanspruch einzulösen, muss man sorgfältig trennen zwischen dem, was man erklären will, also einer abhängigen Variablen Y, und dem, womit man Y erklären will, einer unabhängigen Variablen X. Beide Variablen beziehen sich in diesem Modell auf theoretische Ansätze, die aber jeweils eine unterschiedliche Rolle einnehmen.

Kausalmodell



Dieses Kausalmodell wird im Folgenden nicht empirisch getestet; es dient vielmehr als Grundlage für ein Gedankenexperiment, bei dem die möglichen Beziehungen durchdacht werden. Dafür ist eine scharfe Reduktion der Komplexität auf einen möglichst einfachen Zusammenhang von Ursache und Wirkung erforderlich. Es muss dabei in Kauf genommen werden, dass drei grundlegende Gesichtspunkte für die Analyse von Beziehungen ignoriert werden: (1) Prinzipiell sind die Beziehungen zwischen den als Variablen modellierten Merkmalen wechselseitig; es wären also Rückkoppelungen einzubeziehen. (2) Prinzipiell wandeln sich Beziehungen; es wären also Veränderungen im Verhältnis einzubeziehen. (3) Prinzipiell beeinflussen weitere Faktoren das als abhängige Variable modellierte Merkmal; es wären also Kontrollvariablen und Moderatorvariablen

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

einzubeziehen.[3] Von diesen Erweiterungen soll abstrahiert werden, um das Grundgerüst modellieren zu können. Auf dieser Grundlage könnte dann Schritt für Schritt die Komplexität wieder in das Modell einbezogen werden.

2.2 Abhängige und unabhängige Variablen

In dem Modell ist die *abhängige Variable der Stellenwert eines theoretischen Ansatzes* zu einem speziellen Zeitpunkt in einer Disziplin. Ausprägungen dieser Variablen könnten sein: „dominant“, „prominent“ und „subaltern“. [4]

Die *unabhängigen Variablen* sind zunächst theoretische Ansätze auf dem Hintergrund des sozialen Konstruktivismus (Berger & Luckmann, 1966), dann im Kontrast dazu Ansätze des kommunikativen Konstruktivismus (Keller, Knoblauch & Reichertz, 2013).

Der *soziale Konstruktivismus* ist ein wissenssoziologischer Ansatz, der das gesellschaftlich geteilte Wissen zum Dreh- und Angelpunkt einer Sozialtheorie macht und damit einen größeren Erklärungsanspruch erhebt als eine Kognitionstheorie. Diesem Ansatz zufolge ist die Basis jeglicher Form des Handelns und damit von Gesellschaft die Konstruktion der alltäglich geteilten Lebenswelt. Die Lebenswelt kann man begreifen als ein soziales Äquivalent zu Luft als einer Grundvoraussetzung für Leben. Ihre elementare Bedeutung wird erst bei Störungen spürbar. Die Lebenswelt ist Voraussetzung für jegliche Form sozialer Ordnung, also von Institutionen im Sinne von sozialen Regelwerken. Die wiederum strukturieren die Konstruktionsprozesse der Lebenswelt, die einer kontinuierlichen Reproduktion in den alltäglichen Interaktionen zwischen Individuen bedarf. In diesen Interaktionen bilden sich Praktiken und Gewohnheiten mit unterschiedlicher Stabilität heraus. Bei dieser Konstruktion der sozialen Welt durch Interaktion spielt sprachliches Handeln eine zentrale Rolle. Sprache ist das Mittel, um sich über die Vorstellungen von sozialer Wirklichkeit zu verständigen und sie damit intersubjektiv zu konstituieren. So werden beispielsweise in sprachlicher Interaktion die basalen Unterschiede bestätigt, von denen die Lebenswelt geprägt ist, etwa die Unterschiede zwischen Geschlechtern oder Altersgruppen oder ethnischen Zuschreibungen. Während also beim sozialen Konstruktivismus die Interaktion und vor allem die sprachliche Interaktion der Schlüsselbegriff ist, rückt im Ansatz des kommunikativen Konstruktivismus die Kommunikation in den Mittelpunkt der Gesellschaftstheorie. Die sprachliche Dimension von sozialer Konstruktion bildet somit die Schnittmenge zwischen sozialem Konstruktivismus und kommunikativem Konstruktivismus.

Der Ansatz des *kommunikativen Konstruktivismus* geht davon aus, dass die soziale Welt in und durch Kommunikation konstruiert wird. Die kommunikativen Handlungen und die daraus entstandenen Praktiken unter Einschluss medialer Kommunikation bil-

3 So ist die Entwicklung auch der Kommunikationswissenschaft in hohem Maße beeinflusst von externen Faktoren (Löblich, 2010: 241, 309). Zu nennen sind beispielsweise: die verbesserte Ausstattung des Faches mit Ressourcen aufgrund der gestiegenen Ausbildungsnachfrage; parallele Fortschritte in angrenzenden Wissenschaften und in der angewandten Forschung; die Zuwanderung von Wissenschaftlern aus anderen Fächern. Hinzu kommt die Veränderung des Materialobjektes der Kommunikationswissenschaft, so etwa die Hinwendung der Rezipienten zum Fernsehen mit seiner stärkeren Unterhaltungsorientierung oder die Professionalisierung des Journalismus. Alles dies beeinflusst die Fachdynamik.

4 Es kann und muss hier nicht geklärt werden, wie die Variable operationalisiert werden könnte, ob etwa Zitationsfrequenzen einen angemessenen Indikator für diese Ausprägungen darstellen. Denn das Ziel ist, grundsätzlich zu zeigen, wie der Stellenwert zu erklären wäre.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

den die Basis für die Aktualisierung der sozialen Wirklichkeit – und somit den Schlüssel für das Verständnis von Gesellschaft. Im Ansatz der „mediated construction" (Couldry & Hepp, 2016) wird auch terminologisch herausgehoben, dass die kommunikativen Akte in Prozess und Inhalt durchdrungen sind von Medien – von Massenmedien und von Hybridmedien für interpersonale und für Gruppenkommunikation. Damit wird der Bogen zum Mediatisierungsansatz geschlagen und betont, wie sehr Medien die Kommunikation prägen und damit die Konstruktion der sozialen Welt(en) – und das nicht nur in einzelnen Bereichen oder Aspekten, sondern insgesamt als vorgestelltes sinnhaftes Ganzes. Nach diesem Ansatz ist es die mediale Kommunikation, die Sinn stiftet. Jegliche Kommunikation wird mehr und mehr durch Medien vermittelt, und dies verändert die sachliche, soziale, zeitliche und räumliche Struktur der Konstruktion der sozialen Welt. Offensichtlich wird dies durch die sprunghaft gestiegene Präsenz von Medien im alltäglichen Miteinander, auch in der Kommunikation unter Anwesenden. Die kommunikativen Handlungen, Praktiken und Regelungen, also die soziale Welt insgesamt, ist vielfältig geprägt durch Medien – alltäglich und selbstverständlich praktiziert durch die nachrückenden Kohorten.

2.3 Beispiel „Medienrealität"

Als Beispiel für das Gedankenexperiment soll der Ansatz der „Medienrealität" dienen, und zwar aufgrund einer eigenartigen *Diskrepanz von Relevanz und Ignoranz*: Denn einerseits ist der Ansatz der „Medienrealität" für die kommunikationswissenschaftliche Entwicklung in theoretischer, empirischer, methodischer und personeller Hinsicht von großer Bedeutung. Die mit diesem Ansatz verbundene „Mainzer Schule" ist maßgeblich verantwortlich für den „Paradigmenwechsel von der historisch-philologisch arbeitenden Zeitungs- bzw. Publizistikwissenschaft zur empirisch-quantitativ orientierten Kommunikationswissenschaft nach US-Vorbild" (Meyen & Löblich, 2006: 68). Dieser Wechsel im „dominanten Fachverständnis" (Löblich, 2010: 27) ist nicht nur von Mainz aus betrieben worden. Aber dort wurden in systematischer Weise die Forschungsansätze in den USA rezipiert, quantifizierende empirische Methoden praktiziert und publizistische Gegenwartsprobleme adressiert (ebd.: 151). Dies strahlte durch Personalpolitik und durch Publikationsleistungen auf ganz Deutschland aus (Noelle-Neumann & Schulz, 1971). Andererseits wird in der konstruktivistischen Diskussion innerhalb der Kommunikationswissenschaft das kognitive Gerüst der „Mainzer Schule" eher am Rande behandelt, obgleich dieser Ansatz doch deutliche Bezüge zu konstruktivistischen Prämissen der Theoriebildung hat. Diese Diskrepanz von Relevanz und Ignoranz soll hier gemildert werden.

Mit dem *Ansatz der „Medienrealität"* verbindet sich die grundlegende Position, dass Medien nicht die Realität abbilden, sondern eine eigene Realität konstruieren. Vor 50 Jahren wurde dies prägnant gefasst in der Alternative von Medien als Abbild oder als Bildner von Realität („mirror or molder"; Brandner & Sistrunk, 1966). Aus der deutschen Kommunikationswissenschaft sind dem Ansatz bei allen Unterschieden im Detail vor allem drei Autoren zuzurechnen: Winfried Schulz (1976) mit seiner grundlegenden Schrift zur Nachrichtenfaktorenforschung, dem meistzitierten deutschsprachigen Buch der Kommunikationswissenschaft; Jürgen Wilke (1984) mit einem weit ausgreifendem historischen Ansatz zur Inhaltsanalyse; Hans Mathias Kepplinger (1975) mit empirischen Studien zur Kluft zwischen Realität und Berichterstattung und zu den Voraussetzungen und Folgen dieser Kluft. Das sind die Protagonisten der sog. „Mainzer Schule" (Kepplinger, 2016; Meyen & Löblich, 2007: 260). Sie stellten sich in die Tradition von Elisabeth Noelle-Neumann und sozialisierten ihrerseits zahlreiche Wissenschaftler, die

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

ihre eigenen Ansätze unter dem Dach von „Medienrealität“ entwickelten, insbesondere Wolfgang Donsbach (1996) und Hans-Bernd Brosius (Brosius & Eps, 1993). Es bedürfte einer sorgfältigen fachhistorischen und wissenschaftssoziologischen Analyse um zu prüfen, in welchem Maße tatsächlich von einem gemeinsamen Theoriedach gesprochen werden kann, unter das die genannten Autoren mit ihrem jeweiligen Profil passen. Dabei wäre auch zu prüfen, ob darunter auch der Ansatz der „Schweigespirale“ subsummiert werden kann (Noelle-Neumann, 1980). Denn diesem Ansatz zufolge suggerieren die Medien ein Meinungsklima, das der demoskopisch feststellbaren Verteilung von Positionen in der öffentlichen Meinung widersprechen kann. Insofern konstruieren die Medien eine demoskopische „Medienrealität“. Aber auch ohne diese Konsistenzprüfung der verschiedenen Ansätze aus Mainz soll hier von einem gemeinsamen Dach „Medienrealität“ ausgegangen werden.

Eines der Kennzeichen für die „Mainzer Schule“ und damit für den Ansatz der „Medienrealität“ war der Brückenschlag zur *US-amerikanischen Forschung*. Sicherlich war Mainz nicht der einzige Ort, an dem im Zuge der sozialwissenschaftlichen Wende zur Rettung des Faches die empirisch-analytische Kommunikationsforschung aus den USA der 30er bis 60er Jahre rezipiert wurde (Bohrmann, 2005: 169). Aber in Mainz geschah dies systematisch und vor allem folgenreich (Löblich, 2010). Dadurch gewannen verschiedene Stränge der US-Forschung einen mehr oder weniger großen Einfluss auf die Entwicklung des Medienrealitätsansatzes (Löblich & Averbeck-Lietz, 2016). Diese Stränge firmieren unter Etiketten wie „Gatekeeping“ (White, 1950), „News Making“ (Tuchman, 1978), „News Bias“ (Lang & Lang, 1953), „Eventmanagement“ (Boorstin, 1961), „Media Logic“ (Altheide & Snow, 1979) und „Cultivation“ (Gerbner & Gross, 1976). Diese Facetten stehen ihrerseits in unterschiedlichen Traditionen und fokussieren unterschiedliche Phänomene. Zwar ordnen sich diese Ansätze nicht explizit einer gemeinsamen Basis „Media Reality“ zu. Aber gemeinsam ist ihnen, dass sie aufzudecken versuchen, nach welchen Prinzipien die publizistischen Medien eine eigene Medienrealität konstruieren. Dabei berufen sie sich zumeist auf den wissenssoziologisch grundierten sozialkonstruktivistischen Ansatz von Berger und Luckmann (Kepplinger, 2011), nicht auf den biologisch grundierten radikal-konstruktivistischen Ansatz (Averbeck-Lietz, 2009: 66f., 74).[5]

Die Ausführungen am Beispiel Medienrealität müssten auch auf *andere kommunikationswissenschaftliche Ansätze* anwendbar sein, also etwa auf „Mood-Management“ (Zillmann, 1988) oder auf „Agenda Setting“ (McCombs, 2014) oder auf das funktionalistische Konzept der „Mediengesellschaft“ (Saxer, 2005, 2012) oder auch auf das Journalismus-Konzept von Weischenberg (1992, 1995), für das sich kein griffiges Label herausgebildet hat. Und es müsste auch gelingen, dies für unterschiedliche Konzeptionen im Rahmen eines einzelnen Ansatzes fruchtbar zu machen, etwa für die verschiedenen Nuancen von „Mediatisierung“ (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2015; Krotz, 2007; Krotz & Hepp, 2012; Lundby, 2014; Livingstone, 2009). Schließlich könnte das Muster auch hilfreich sein, wenn die Genese übergreifender Theorieprogramme wie „Rational Choice“ geklärt werden soll (Vowe, 2016a).

Im Folgenden wird die unabhängige Variable differenziert. Es soll zunächst gezeigt werden, wie der Stellenwert von „Medienrealität“ durch Faktoren erklärt werden könn-

5 Es ist hier nicht erforderlich zu erörtern, welcher Spielart des Konstruktivismus diese Ansätze im Einzelnen zuzuordnen sind (Scholl, 2002, 2015; Pörksen, 2005). Ebenfalls nicht erforderlich ist es, hier die weitere Entwicklung des Ansatzes der „Medienrealität“ zu skizzieren oder gar zu prüfen, in welchem Maße der Niedergang der Massenmedien und der Aufstieg der online-basierten Hybridmedien eine grundlegende Revision dieses theoretischen Ansatzes nahelegen.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

te, die verschiedenen Varianten der sozialkonstruktivistischen Wissenschaftsforschung entstammen, und zwar differenziert nach Analyseebenen (Abschnitt 3). Dann werden Erklärungsansätze dargestellt, die dem kommunikativen Konstruktivismus zuzurechnen sind, und zwar differenziert nach Kommunikationsbegriffen (Abschnitt 4).

3. Soziale Konstruktion von theoretischen Ansätzen: Optionen durch Differenzierung von Analyseebenen

Die Entwicklung eines theoretischen Ansatzes wie „Medienrealität" lässt sich im Lichte des *sozialen Konstruktivismus* gut ausleuchten. Den Ausgangspunkt bildet dann eine dialektische Figur: Unsere soziale Welt – von alltäglichen Routinehandlungen wie Händedruck oder Ampelstopp bis zu Institutionen wie Ehe oder Nation – wird vor allem in den sprachlichen Interaktionen der Menschen konstruiert, dabei beständig stabilisiert und immer wieder aktualisiert. Dies prägt wiederum die Interaktionen (Berger & Luckmann, 1966).

Das Zusammenwirken von internen und externen, kognitiven und sozialen Faktoren bei der Entwicklung und Anwendung von Theorien ist eine der Hauptrichtungen der *Wissenschafts- und Technikforschung*, der *Science & Technology Studies* (im Überblick: Weingart, 2003; Heintz, 1998; Felt, Nowotny & Taschwer, 1995). Daraus ist eine Vielzahl von Studien dazu hervorgegangen, in welchem Maße und in welcher Form Theorien sozial konstruiert sind, wie sich also eine spezifische Forschungsperspektive in der Interaktion zwischen Wissenschaftlern herausbildet und verändert. Der Fokus liegt bei dieser sozialkonstruktivistischen Erklärung auf den innerwissenschaftlichen Prozessen. Die Veränderungen in der Umwelt der Wissenschaft werden somit als Gelegenheitsstrukturen begriffen, die von Angehörigen der Wissenschaftsgemeinschaften aufgegriffen werden können oder auch nicht. Folglich werden Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation, im Mediensystem, in den Professionen, aber auch in der Wissenschaft generell nicht als kognitive und soziale Faktoren gesehen, von denen die Entwicklung einer Wissenschaft gesteuert werden, sondern als Möglichkeiten, die von Teilen der jeweiligen Wissenschaft wahrgenommen und in die Eigenlogik der jeweiligen Wissenschaft transformiert werden.[6]

Als *abhängige Variable* fungiert im folgenden Gedankenexperiment exemplarisch der *Stellenwert* des Ansatzes „Medienrealität" zum Zeitpunkt 1980 in der deutschen Kommunikationswissenschaft. Ich vermute, dass dieser Ansatz zu diesem Zeitpunkt dominant war. Gestützt wird diese Vermutung durch die Rekonstruktion der „empirisch-sozialwissenschaftlichen Wende" (Löblich, 2010), die in den 60er Jahren in Deutschland vollzogen wurde, aber erst in den 70er Jahren die Forschung und die Ausbildung maßgeblich prägte (Löblich, 2010: 211, 239). Eine systematische empirische Prüfung dieser Vermutung ist aber nicht erforderlich, um zu demonstrieren, wie man ein solches Phänomen in der Entwicklung eines theoretischen Ansatzes erklären könnte.

Als *unabhängige Variable* greife ich zunächst zurück auf *Faktoren verschiedener sozialkonstruktivistischer Ansätze* und differenziere damit Erklärungsoptionen – auch wenn die jeweiligen Autoren sich selbst nicht konsequent auf Erklärungen ausrichten und auch wenn dies jeweils nur einer von vielen Faktoren ist, mit denen die Dynamik von Wissenschaftsentwicklung erklärt werden könnte und die dabei zusammenwirken.

6 Für die Konkretisierung dieser Faktoren mit Blick auf die Kommunikationswissenschaft siehe Meyen & Löblich, 2006: 26ff.; Löblich & Scheu, 2011. Mit einem Modell wissenschaftlicher Entwicklung, das sich an die biologische Evolutionstheorie anlehnt, hat Löblich (2010) diesen Faktoren einen wesentlich höheren Stellenwert für die Entwicklung eingeräumt.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Die erste Möglichkeit setzt auf der *Makro-Ebene* des Wissenschaftssystems an – im Anschluss an Thomas Samuel Kuhn (1962: 1977). Ausgangspunkt ist dann der *Paradigmenwechsel durch Generationenwechsel*. Eine daraus folgende Hypothese lautet: Der Medienrealitätsansatz wird deshalb 1980 dominant, weil sich in der deutschen Kommunikationswissenschaft ein Generationenwechsel vollzog und damit ein Paradigmenwechsel möglich wurde. Oder allgemeiner formuliert: Immer wenn sich in einer *Scientific Community* ein Generationenwechsel vollzieht, wird ein anderer Ansatz dominant. Dabei ist es sinnvoll, auf den wissenssoziologisch begründeten und mehrfach geschichteten Generationenbegriff von Karl Mannheim zurückzugreifen, wie es Meyen (2007) bei seiner Genealogie der Kommunikationswissenschaft getan hat. Mannheim geht davon aus, dass sich innerhalb eines von geteilten Erfahrungen gestifteten „Generationszusammenhangs“ (Mannheim, 1970[1928]: 543) verschiedene „Generationseinheiten“ (ebd.: 544) herausbilden, die ihr jeweils eigenes Bewusstsein mit speziellen Ideen und Vorstellungen entwickeln und darüber ihre Identität konstituieren – auch jeweils in Abgrenzung zu anderen Generationseinheiten, deren Weltsicht anders strukturiert ist. Kern dieser Einheiten sind Gruppen, die den jeweiligen Vorstellungen einen expliziten Ausdruck verleihen (ebd.: 548). Im hier erörterten Beispielfall setzt die Erklärung folglich daran an, dass sich eine Gruppe über ein positivistisches Wissenschaftsverständnis definiert und in Abgrenzung zu anderen Wissenschaftsverständnissen die Positionen der Nachkriegsgeneration überwindet. Der Generationenwechsel wurde möglich, weil die Kommunikationswissenschaft an den Universitäten stark ausgebaut wurde und dieser Ausbau durch die Personalpolitik der „Mainzer Schule“ konsequent genutzt wurde (Löblich, 2010: 42).

Die zweite Möglichkeit setzt auf der *Meso-Ebene* der wissenschaftlichen Organisationen und Professionen an – im Anschluss an Jochen Gläser. Ausgangspunkt ist dann der Faktor *kollektive Wissensproduktion* durch „wissenschaftliche Produktionsgemeinschaften“ (Gläser, 2006). Eine daraus folgende Hypothese lautet: „Medienrealität“ wird deshalb 1980 dominant, weil sich rund um diesen Ansatz eine stabile und durchsetzungsstarke Akteurskonstellation entwickeln konnte, die als soziale Basis mit geteilten Überzeugungen fungierte und eine fruchtbare Kooperation ermöglichte.

Die dritte Möglichkeit setzt auf der *Mikro-Ebene* der Interaktion von Wissenschaftlern an – im Anschluss an Karin Knorr-Cetina. Ausgangspunkt ist dann der Faktor „*opportunistische Logik der Forschung*“ (Knorr-Cetina, 1984: 90), also die Orientierung der einzelnen Forscher an den kognitiven, sozialen, technischen und methodischen Möglichkeiten im Forschungsprozess: Im Soziotop Forschungslabor öffnen und schließen sich Fenster der Gelegenheiten. Dementsprechend ergeben sich die vielstufigen selektiven Konstruktionen, aus denen sich der Forschungsprozess von der ersten Idee bis zur Überarbeitung des begutachteten Aufsatzes zusammensetzt (ebd.: 271). Die daraus folgende Hypothese lautet: Der Ansatz „Medienrealität“ wurde dominant, weil er einer hinreichend großen Zahl von Kommunikationswissenschaftlern attraktive Möglichkeiten der Forschung, Publikation und Karriere eröffnete, die ohne diesen Ansatz versperrt geblieben wären. Diese Möglichkeiten konnten nicht zuletzt deshalb realisiert werden, weil in Mainz entsprechende Ressourcen zur Verfügung standen, und zwar durch die „Mainz-Allensbach-Verbindung“ (Löblich, 2010: 201).

Ich kann hier nur die Logik zeigen, nicht die Erklärung selbst ausführen – erst recht nicht auf Basis empirischer Untersuchungen. Zur *Prüfung der Behauptungen* wäre zunächst einmal die Fachgeschichtsschreibung systematisch auf entsprechende Indizien hin auszuwerten (Averbeck, 1999; Averbeck & Kutsch, 2005; Meyen & Löblich, 2006, 2007), gerade auch die Darstellungen und Erklärungen von Umbrüchen in der Fachge-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

schichte (Löblich, 2010; Brosius & Esser, 1998). Grundsätzlich wäre es aber erforderlich, in empirischen Studien zu zeigen, was die Erklärung der Entwicklung theoretischer Ansätze durch sozialkonstruktivistische Ansätze leistet und was sie nicht leistet. Was kann der Sozialkonstruktivismus auf den hier dargelegten drei Analyseebenen der Wissenschaftsforschung leisten, was nicht? Können Phänomene wie die angenommene Dominanz des Medienrealitätsansatzes in den 80er Jahren sozialkonstruktivistisch erklärt werden? Besonders interessant wären empirische Ergebnisse, die Defizite im Erklärungspotenzial sozialkonstruktivistischer Ansätze aufdecken. Denn die könnten dann überzeugend begründen, warum ein Ansatz des *kommunikativen* Konstruktivismus sinnvoll wäre, um die Entwicklung theoretischer Ansätze zu erklären.

4. Kommunikative Konstruktion von theoretischen Ansätzen: Optionen durch Differenzierung des Kommunikationsbegriffs

Im Lichte eines *kommunikativen Konstruktivismus* lässt sich die Entwicklung von theoretischen Ansätzen nicht nur als ein sozio-kognitiver Prozess begreifen, sondern explizit als ein kommunikativer Prozess – und dabei nicht nur als ein sprachlich, sondern auch als ein medial vermittelter Kommunikationsprozess (Keller, Knoblauch & Reichertz, 2013; Merten, Schmidt & Weischenberg, 1994; Couldry & Hepp, 2016). Man fokussiert dann die kommunikativen Aspekte, wenn man einen Ansatz wie Medienrealität analysiert. Im Vordergrund stehen dann der Zeichenbezug und die mediale Basis der Interaktionen von Wissenschaftlern. Im Folgenden soll skizziert werden, wie aus einer kommunikativ-konstruktivistischen Perspektive erklärt werden könnte, warum ein theoretischer Ansatz wie „Medienrealität" so erfolgreich war. Als unabhängige Variablen werden Faktoren eingesetzt, die anknüpfen an drei Kommunikationsbegriffe aus unterschiedlichen Kommunikationstheorien (im Überblick Beck, 2015).[7]

4.1 Erklärung auf Basis eines sprachtheoretischen Kommunikationsbegriffs

In der ersten Variante wird Kommunikation verstanden als *sprachliche Interaktion* von Personen als Sprechern und Hörern. Dies wäre folglich auch noch mit einer sozialkonstruktivistischen Erklärung zu vereinbaren. Wenn man den sprachbasierten Kommunikationsbegriff heranzieht, könnte man die Herausbildung eines theoretischen Ansatzes beschreiben mit einem Aussagenmodell, das aus der Analyse interpersonaler Sprachkommunikation stammt. Man greift also auf einen Kommunikationsbegriff zurück, der an Personen gebunden ist. Dabei bietet es sich an, auf Schulz von Thun (1981) zurückzugreifen, der wiederum auf der Sprachtheorie von Bühler (1934) basiert. Demzufolge wäre ein theoretischer Ansatz zu begreifen als eine Verknüpfung von vier Aussagen einer Person, also desjenigen Wissenschaftlers, der den Ansatz der „Medienrealität" vertritt:

1. Sachaussage („X ist der Fall." also z. B. bei „Medienrealität": „Medienrealität ist kein Abbild der Realität, sondern eine von den Medien konstruierte Eigenrealität.");
2. Appell („Siehe X so, denn dies ist logisch geboten und empirisch belegt!");

7 Die Auswahl der drei Kommunikationsbegriffe ist dadurch begründet, dass mit ihnen die Logik einer kommunikationsbasierten Erklärung besonders klar gezeigt werden kann. Weitere Kommunikationsbegriffe und damit Erklärungsmöglichkeiten werden in 4.4 genannt.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

3. Ich-Botschaft („Ich bin aufgrund der zwingenden Logik und der empirischen Belege davon überzeugt, dass X der Fall ist.“);
4. Beziehungsdefinition („Wir sind in einer Beziehung von mir als Meister und dir als Adept.“).

Daraus kann man für den Stellenwert eines theoretischen Ansatzes die *Behauptung* folgern: „Medienrealität“ war in Deutschland in den 80er Jahren deshalb dominant, weil

1. die zentralen Sachaussagen des Ansatzes im Vergleich zu anderen theoretischen Ansätzen verständlicher waren;
2. die damit verbundenen Appelle persuasiver waren;
3. die Ich-Botschaften glaubwürdiger waren;
4. die Beziehungsdefinitionen akzeptabler waren.

Zur *Prüfung* dieser Behauptung könnte man sich einzelne Elemente herausgreifen. So könnte man etwa das Gewicht kommunikativer Faktoren beim Aufstieg eines Ansatzes im Vergleich zu anderen ermitteln. So wäre zu vermuten, dass die Verständlichkeit des jeweiligen Etiketts für den Ansatz eine wesentliche Erfolgsbedingung für einen Ansatz ist. Dies trifft zu auf Ansätze wie „Medienrealität“ oder wie „Schweigespirale“ (Noelle-Neumann, 1980), „Third Person“ (Davison, 1983; Dohle, 2013), „Agenda-Setting“ (McCombs & Shaw, 1972), „Framing“ (Matthes, 2014) oder „Nudging“ (Thaler & Sunstein, 2008). Alle diese Bezeichnungen lassen sich rasch verstehen und gut vermitteln. Ein starkes Indiz für besonders starke Verständlichkeit ist es, wenn die Metapher für andere Ansätze kopiert wird, wie es der Fall ist bei „Spiral of Cynicism“ (Cappella & Jamieson, 1997) oder bei „Agenda Building“ (Lang & Lang, 1981). Die Vermutung, dass Etikett und Erfolg korrelieren, trifft aber ganz sicherlich nicht zu auf opake Bezeichnungen wie „Uses & Gratifications“ (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973-1974), „Instrumentelle Aktualisierung“ (Kepplinger, 1989), „Deliberative Öffentlichkeit“ (Habermas, 1992) oder „Publizistik als autopoietisches System“ (Marcinkowski, 1993). Deren Erfolg falsifiziert die Behauptung.

4.2 Erklärung auf Basis eines kooperationstheoretischen Kommunikationsbegriffs

Zweite Variante: Man legt der Erklärung einen *kooperationsbasierten Begriff von Kommunikation* zugrunde (Tomasello, 2008; Tomasello & Zeidler, 2010): Kommunikation wird demzufolge gesehen als eine spezifische Form der Kooperation auf der Basis einer geteilten Intentionalität mit gemeinsamen kognitiven und motivationalen Komponenten, also einem gemeinsamen Hintergrund und gemeinsamen Absichten. Kommunikation entwickelt sich als Kooperation evolutionär aus der Gestik heraus hin zu komplexen kulturell tradierten Zeichensystemen. Kommunikation wird damit sozial erklärt, und zwar aus der Kooperation – nicht umgekehrt.

Daraus kann folgende *Behauptung* gefolgert werden: Der theoretische Ansatz „Medienrealität“ wurde in Deutschland in den 80er Jahren deshalb dominant, weil er in höherem Maße als andere Ansätze eine fruchtbare und dauerhafte Kooperation zwischen einer hinreichend großen Anzahl von Forschern auf der Basis einer geteilten oder „Wir-Intention“ ermöglichte. Der Ansatz ermöglichte kognitiv einen gemeinsamen Hintergrund und motivational eine gemeinsame Zielrichtung – und damit Kooperation.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

4.3 Erklärung auf Basis eines medientheoretischen Kommunikationsbegriffs

In einer dritten Variante kann der Erklärung ein medientheoretischer Begriff von Kommunikation zugrunde gelegt werden: Demzufolge wird Kommunikation, auch Fachkommunikation, formatiert, geprägt durch die Erfordernisse der jeweils maßgeblichen Medien, in dem Falle also der Fachmedien, und zwar durch deren *Medienlogik* (Altheide & Snow, 1979).

Daraus kann folgende *Behauptung* abgeleitet werden: Ein Ansatz wie „Medienrealität" ist in dem Maße erfolgreich, wie er (fach-)medial funktioniert, sich also besser als andere Ansätze an die spezifische Logik von Fachmedien angepasst hat. Für die 80er Jahre würde das bedeuten: Entscheidend für den Erfolg des Ansatzes der „Medienrealität" war, dass der Ansatz besonders gut der Logik der klassischen Medien von Fachkommunikation entsprach, also gut vermittelbar war über gedruckte Zeitschriften, in Abstracts für Tagungen oder in schriftlichen Gutachten. Aktuell würde das bedeuten: Entscheidend für den Erfolg eines Ansatzes heute wäre, dass ein Ansatz der Logik von Online-(Fach-)Kommunikation entspricht, beispielsweise besser als andere als Hypertext darstellbar ist oder grundlegende Darstellungen komfortabel über Suchmaschinen erreichbar sind.

Damit wird die *Rolle der Medien* innerhalb der wissenschaftlichen Kommunikation stark gemacht: In welchem Maße entscheiden die fachkommunikativen Bedingungen und insbesondere die Logiken der Fachmedien über Entwicklung und Durchsetzung eines Ansatzes? Dies folgt nicht dem Ansatz von „Mediatisierung der Wissenschaft", bei dem die Wissenschaftsentwicklung beeinflusst wird von öffentlicher Kommunikation via Massenmedien (Grande et al., 2013). Vielmehr zielt dies auf die interne Wissenschaftskommunikation (Schäfer, 2014). Von Belang wären dann für die Wissenschaftsentwicklung nicht nur methodische Instrumente (wie Softwareprogramme oder Diagnoseverfahren), sondern auch Präsentationsformen (wie PowerPoint; Schnettler & Knoblauch, 2007), Distributionsformen von Publikationen (wie Online-Datenbanken; Vowe, 2016b) und vor allem Regeln für die spezifischen Textgattungen in einer Wissenschaft, z. B. Anforderungen der Journals, Formate der Kongresse und die Vorschriften für Forschungsanträge und deren Begutachtung.[8]

Hier kann der Bogen zur *Mediatisierung* geschlagen werden. Denn wenn man Mediatisierung versteht als einen Prozess, in dem die Medienlogik die Kommunikation im jeweiligen Handlungsfeld durchdringt und strukturiert, dann ist das kompatibel zu diesem medientheoretisch fundierten Erklärungsansatz. Dann würde man den Stellenwert von „Medienrealität" durch die Mediatisierung der *Fach*kommunikation erklären. Das ist anders gelagert als die Erklärung, bei der die Theoriedynamik der Kommunikationswissenschaft begründet wird durch die Mediatisierung der alltäglichen gesellschaftlichen Kommunikation. Dabei wird die Veränderung der Theorie zurückgeführt auf die Veränderung des Gegenstandsbereiches (Couldry & Hepp, 2016). Das ist hier nicht gemeint. Hier setzt die Hypothese an der Mediatisierung der Fachkommunikation an. Allerdings dürfte die Fähigkeit zur Anpassung an die Fachmedienlogik eine notwendige, keine hinreichende Bedingung für wissenschaftlichen Erfolg sein. „Medienrealität" hat sicherlich nicht allein deshalb die Bedeutung bekommen, weil dieser Ansatz sich besser als andere an die Logik der Fachmedien anschmiegte.

8 Der beste Ausdruck für diese Institutionenbildung ist das *APA Manual*, in dem alles genauestens vorgeschrieben ist – vom Aufbau eines Aufsatzes bis zur Gestaltung von Tabellen (American Psychological Association, 2010). Wer sich dem besser anpasst, hat größere Chancen auf Erfolg – zumindest in dieser Provinz des Wissenschaftsreichs.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

4.4 Weitere Kommunikationsbegriffe – weitere Optionen

Damit stehen drei Varianten für fachkommunikativ gestützte Erklärungen zur Verfügung, die sicherlich kombiniert werden können. Es gibt bekanntlich noch viele weitere Kommunikationsbegriffe: Man könnte die Entwicklung eines theoretischen Ansatzes auch beschreiben und erklären mit einem Inferenzmodell (Keller, 2006), bei dem Kommunikation im Kern darin besteht, dass ein Hörer aus den sprachlichen Zeichen eines Sprechers auf dessen Intentionen schließt. Weitere Möglichkeiten sind Kommunikationsmodelle auf Basis der autopoietischen Systemtheorie (Luhmann, 1995), des symbolischen Interaktionismus (Mead, 1934; Blumer, 1969), der Sozialpsychologie (Watzlawick 2003) oder des Institutionalismus (Donges, 2013). In Frage kämen auch ein machttheoretischer Kommunikationsbegriff (Reichertz, 2010) oder der Diskursbegriff, auf dem die Theorie des kommunikativen Handelns basiert (Habermas, 1981).

5. Konsequenzen für Theorieentwicklung: Was folgt daraus?

Aus dem kommunikationstheoretischen Ansatz einer Erklärung des Stellenwerts theoretischer Ansätze folgen methodische, evaluative und strategische Konsequenzen.

Methodische Konsequenz ist, dass Untersuchungsdesigns zu entwerfen sind, mit denen die Varianten des Erklärungsansatzes getestet werden können und die „gefühlte Empirie“ durch methodisch kontrollierte Ermittlung von Erfahrung ersetzt werden kann. Für dieses Design ist eine Fülle von Fragen zu beantworten: Wie kann die abhängige Variable gemessen werden, hier der Stellenwert eines Ansatzes wie „Medienrealität“? Welche anderen Merkmale als Stellenwert können noch als abhängige Variablen dienen, um die Dynamik von Theorien zu erfassen? Wie können die unabhängigen Variablen operationalisiert werden, also in messfähige Indikatoren überführt werden? Wie misst man also beispielsweise die Verständlichkeit der Sachaussage oder die Akzeptanz der Wir-Definition? Und vor allem: Wie können nicht-kommunikative Variablen kontrolliert werden, die auch Einfluss auf den Stellenwert nehmen, wie etwa die Verwertungsrelevanz eines Ansatzes oder der Bezug zu einer Supertheorie?

In *evaluativer Hinsicht* folgt aus dem kommunikationstheoretischen Erklärungsansatz, dass theoretische Ansätze auch auf ihre kommunikativen Qualitäten hin zu bewerten sind, also im Hinblick auf ihre Überzeugungskraft für eine potenzielle Anhängerschaft oder ihre Neutralisierungskraft für eine potenzielle Gegnerschaft. So könnte man im Hinblick auf Verständlichkeit Ansätze dadurch bewerten, dass man sie einteilt in kommunikative Güteklassen – angeordnet auf einer Skala mit den Eckpunkten „Leicht-Deutsch“ und „Geheimcode“. Dann könnte durch experimentelle Studien derjenige Punkt auf der Skala gefunden werden, an dem optimal angeknüpft wird an die kognitiven Schemata der Rezipienten in der Wissenschaftsgemeinschaft. Aber noch fehlen für derartige Bewertungen die Maßstäbe und die Verfahren, mit denen die Validität und Reliabilität solcher Bewertungen gesichert werden können. Sinnvoll wäre es auch, die Popularisierung von theoretischen Ansätzen in der Berufspraxis oder in der öffentlichen Diskussion als Indikator für kommunikative Qualitäten zu nehmen.

In *strategischer Hinsicht* folgt aus dem kommunikationstheoretischen Erklärungsansatz die Empfehlung, dass die Konstruktion eines theoretischen Ansatzes sich zu orientieren habe an den kommunikativen Erfordernissen. So kann ein Ansatz gezielt darauf ausgerichtet werden, die Verständlichkeit zu erhöhen. Matrizen, Würfel, Pfadmodelle, Kausalschemata oder andere Visualisierungen wären nicht nur als Mittel zur effizienten Darstellung von Befunden zu verstehen, sondern mehr als Angebot einer Verständigung über einen Ansatz. Konsequenterweise würde ein Forschungsprogramm dann auch im-

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

plizieren, eine Kommunikationskampagne für den jeweiligen theoretischen Ansatz zu planen, durchzuführen und zu evaluieren – und die Ergebnisse dann wieder in die Theorieentwicklung einzuspeisen. Diese „Kommunifizierung von Theorieentwicklung" hätte Konsequenzen auch für die Qualifizierung von Wissenschaftlern. Zudem wäre systematisch zu prüfen, ob Spuren solcher Kommunikationskampagnen auch schon bei früheren Theorieinnovationen erkennbar sind. Und durch Befragung von Wissenschaftlern könnte ermittelt werden, welches relative Gewicht Wissenschaftler etwa auf die sprachliche Gestaltung von Abstracts und Titeln bei Einreichungen legen, um Anschlussmöglichkeiten zu vergrößern und Erfolg zu sichern.

6. Fazit: Möglichkeit und Notwendigkeit empirischer Forschung

Die *Frage* war: Können theoretische Ansätze als kommunikative Konstruktionen begriffen werden? Zusammengefasst ist die *Antwort*: Theoretische Ansätze entstehen aus wissenschaftlicher Kommunikation und sie wirken durch wissenschaftliche Kommunikation. Ihr Erfolg hängt deshalb in hohem Maße davon ab, wie mit ihnen fachlich kommuniziert werden kann. Die Entwicklung eines theoretischen Ansatzes, also Entstehung, Aufstieg, Etablierung und Niedergang, kann nicht allein, aber auch aus der Kommunikation vor allem in den wissenschaftlichen Gemeinschaften verstanden und erklärt werden. Mit der kommunikativen Perspektive eröffnen sich neue fruchtbare Forschungsmöglichkeiten. So können die Unterschiede zwischen nationalen und disziplinären Ausprägungen von Wissenschaft durch diesen Zugang dicht beschrieben und schlüssig erklärt werden. Eine kommunikationstheoretisch basierte Perspektive hat Konsequenzen für die Wissenschafts- und Technikforschung, aber auch für die wissenschaftliche Tätigkeit selbst, bis hin zur Ausbildung des Nachwuchses.

Auch nicht annähernd ist geklärt, welchen Erklärungsgehalt ein solcher Erklärungsansatz gegenüber anderen wissenschaftstheoretischen Ansätzen hätte. Diese Klärung kann ein schlichter Debattenbeitrag nicht leisten. Dafür sind *empirische Studien* notwendig – und sie sind möglich auf der Grundlage des hier skizzierten Erklärungsmodells. Die empirische Umsetzung wird schwierig, aber es lohnt sich, die Erklärungskraft dieses Ansatzes gründlich zu testen. Fruchtbar wäre auch ein Scheitern. Denn wenn sich herausstellt, dass kommunikative Faktoren nicht mehr und nicht weniger sind als das Salz in der Suppe, aber nicht die Suppe selbst, wenn also andere Faktoren viel mehr im Hinblick auf die Entwicklung theoretischer Ansätze erklären als kommunikative Faktoren, dann rückt der kommunikative Konstruktivismus in die zweite Reihe. Zumindest wäre das dann der Fall, wenn es darum geht, Phänomene der Wissenschaftsentwicklung zu erklären. Dann muss man nach Gründen für diese Defizite suchen – und entsprechende, vor allem theoretische Konsequenzen ziehen.

Literatur

Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage.

American Psychological Association (Hrsg.) (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association* (6. Aufl.). Washington: APA.

Averbeck, S. (1999). *Kommunikation als Prozess. Soziologische Perspektiven in der Zeitungswissenschaft 1927-1934*. Münster: Lit Verlag.

Averbeck, S., & Kutsch, A. (2005). Vorwort. In S. Averbeck, & A. Kutsch (Hrsg.), *Zeitung, Werbung, Öffentlichkeit. Biographisch-systematische Studien zur Frühgeschichte der Kommunikationsforschung* (S. 7–22). Köln: Herbert von Halem Verlag.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Averbeck-Lietz, S. (2009). Konstruktivismus in der deutschen und der französischen Kommunikationswissenschaft. In P. J. Schulz, U. Hartung, & S. Keller (Hrsg.), *Identität und Vielfalt der Kommunikationswissenschaft* (S. 65–87). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Beck, K. (2015). *Kommunikationswissenschaft* (4. Aufl.). Konstanz: UTB basics.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: Anchor Books.

Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press.

Bohrmann, H. (2005). Was ist der Inhalt einer Fachgeschichte der Publizistikwissenschaft und welche Funktionen könnte sie für die Wissenschaftsausübung in der Gegenwart besitzen? In E. Schade (Hrsg.), *Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachgeschichte* (S. 151–182). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Boorstin, D. J. (1961). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper and Row.

Brandner, L., & Sistrunk, J. (1966). The Newspaper: Molder or Mirror of Community Values? *Journalism Quarterly*, *43*(3), 497–504.

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. (1998). Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. *Publizistik*, *43*(4), 341–361.

Bühler, K. (1934). *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Stuttgart: Gustav Fischer Verlag.

Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford: Oxford University Press.

Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge/Malden: Polity Press.

Davison, W. P. (1983). The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, *47*, 1–15.

Dohle, M. (2013). *Third-Person-Effekt*. Baden-Baden: Nomos Verlag.

Donges, P. (2013). Klassische Medien als Institutionen. In M. Künzler, F. Oehmer, M. Puppis, & C. Wassmer (Hrsg.), *Medien als Institutionen und Organisationen. Institutionalistische Ansätze in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (S. 87–96). Baden-Baden: Nomos Verlag.

Donsbach, W. (1996). Guided Perception: Characteristics and Effects of Media Reality. *Equid Novi – African Journalism Studies*, *17*(1), 106–111.

Felt, U., Nowotny, H., & Taschwer, K. (1995). *Wissenschaftsforschung: Eine Einführung*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, *26*(2), 173–199.

Gläser, J. (2006). *Wissenschaftliche Produktionsgemeinschaften: Die soziale Ordnung der Forschung*. Frankfurt/New York: Campus Verlag.

Grande, E., Jansen, D., Jarren, O., Rip, A., Schimank, U., & Weingart, P. (Hrsg.) (2013). *Neue Governance der Wissenschaft. Reorganisation – externe Anforderungen – Medialisierung*. Bielefeld: transcript Verlag.

Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns* (Band 1 & 2). Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Habermas, J. (1992). *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Heintz, B. (1998). Die soziale Welt der Wissenschaft: Entwicklungen, Ansätze und Ergebnisse der Wissenschaftsforschung. In B. Heintz, & B. Nievergelt (Hrsg.), *Wissenschafts- und Technikforschung in der Schweiz. Sondierungen einer neuen Disziplin* (S. 55–94). Zürich: Seismo-Verlag.

Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society*, *37*(2), 314–324.

Kaplan, A. (1964). *The Conduct of Inquiry: Methodology for Behavioural Science*. Chicago/Philadelphia: Chandler Publishing Company.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973–1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, *37*(4), 509–523.
Keller, R. [Reiner], Knoblauch, H., & Reichertz, J. (Hrsg.) (2013). *Kommunikativer Konstruktivismus. Theoretische und empirische Arbeiten zu einem neuen wissenssoziologischen Ansatz*. Wiesbaden: Springer VS.
Keller, R. [Rudi] (2006). *Der Geschäftsbericht: Überzeugende Unternehmenskommunikation durch klare Sprache und gutes Deutsch*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
Kepplinger, H. M. (1975). *Realkultur und Medienkultur. Literarische Karrieren in der Bundesrepublik*. Freiburg/München: Verlag Karl Alber.
Kepplinger, H. M. (1989). Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In M. Kaase, & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation. Grundlagen, Methoden, Befunde* (S. 199–220). Opladen: Westdeutscher Verlag.
Kepplinger, H. M. (2011). *Realitätskonstruktionen*. Wiesbaden: Springer VS.
Kepplinger, H. M. (2016, Januar). *Wolfgang Donsbach and the Mainz School: Making German Communication Research go International*. Vortrag gehalten auf der Akademischen Gedenkfeier für Wolfgang Donsbach in Dresden am 22.01.2015.
Knorr-Cetina, K. (1984). *Die Fabrikation von Erkenntnis: Zur Anthropologie der Naturwissenschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.
Krotz, F., & Hepp, A. (Hrsg.) (2012). *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer VS.
Kuhn, T. S. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
Kuhn, T. S. (1977). *The Essential Tension. Selected Studies in Scientific Tradition and Change*. Chicago: University of Chicago Press.
Lang, G. E., & Lang, K. (1981). Watergate. An Exploration of the Agenda-Building Process. In G. C. Wilhoit, & H. de Bock (Hrsg.), *Mass Communication Review Yearbook 2* (S. 447–468). Beverly Hills/London: Sage.
Lang, K., & Lang, G. (1953). The Unique Perspective of Television and its Effect: A Pilot Study. *American Sociological Review*, *18,* 3–12.
Livingstone, S. M. (2009). On the Mediation of Everything. *Journal of Communication*, *59*(1), 1–18.
Löblich, M. (2010). *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
Löblich, M., & Averbeck-Lietz, S. (2016). The Transnational Flow of Ideas and histoire croisée with Attention to the Cases of France and Germany. In P. Simonson, & D. W. Park (Hrsg.), *The International History of Communication Study* (S. 25–46). New York/London: Routledge.
Löblich, M., & Scheu, A. M. (2011). Writing the History of Communication Studies: A Sociology of Science Approach. *Communication Theory*, *21*(1), 1–22.
Luhmann, N. (1995). Was ist Kommunikation? In N. Luhmann, *Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch* (S. 109–120). Opladen: Westdeutscher Verlag.
Lundby, K. (2014). Mediatization of communication. In K. Lundby (Hrsg.), *Mediatization of Communication* (S. 3–35). Berlin/Boston: de Gruyter Mouton.
Mannheim, K. (1970 [1928]). Das Problem der Generationen. In K. Mannheim, *Wissenssoziologie. Auswahl aus dem Werk* (S. 509–565). Neuwied/Berlin: Luchterhand Verlag.
Marcinkowski, F. (1993). *Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Maslow, A. H. (1966). *The Psychology of Science. A Reconnaissance*. New York/London: Harper & Row.
Matthes, J. (2014). *Framing*. Baden-Baden: Nomos Verlag.
McCombs, M. E. (2014). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion* (2. Aufl.). Boston/Cambridge/Oxford: Polity Press.
McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, *36*(2), 176–187.
Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviourist*. Chicago: University of Chicago Press.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Merten, K., Schmidt, S. J., & Weischenberg, S. (Hrsg.) (1994). *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Meyen, M. (2007). Geschichte der Kommunikationswissenschaft als Generationengeschichte. *Studies in Communication Sciences. Journal of the Swiss Association of Communication and Media Research*, *7*(1), 11–37.
Meyen, M., & Löblich, M. (2006). *Klassiker der Kommunikationswissenschaft: Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
Meyen, M., & Löblich, M. (2007). *»Ich habe dieses Fach erfunden«. Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam. 19 biografische Interviews*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespirale: Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. München/Zürich: Piper Verlag.
Noelle-Neumann, E., & Schulz, W. (Hrsg.). (1971). *Fischer Lexikon Publizistik*. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.
Pörksen, B. (2005). Konstruktivismus. In S. Weischenberg, H. J. Kleinsteuber, & B. Pörksen (Hrsg.), *Handbuch Journalismus und Medien* (S. 177–181). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
Reichertz, J. (2010). *Kommunikationsmacht. Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das?* Wiesbaden: Springer VS.
Saxer, U. (2005). Zur Ausdifferenzierung von Lehre und Forschung der Publizistikwissenschaft: das Beispiel Schweiz. In E. Schade (Hrsg.), *Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachgeschichte* (S. 69–110). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
Saxer, U. (2012). *Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive*. Wiesbaden: Springer VS.
Schäfer, M. S. (2014). The Media in the Labs, and the Labs in the Media: What we Know about the Mediatization of Science. In K. Lundby (Hrsg.), *Mediatization of communication* (S. 571–593). Berlin/Boston: de Gruyter Mouton.
Schnettler, B., & Knoblauch. H. (Hrsg.) (2007). *Powerpoint-Präsentationen. Neue Formen der gesellschaftlichen Kommunikation von Wissen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
Scholl, A. (Hrsg.) (2002). *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
Scholl, A. (2015). Die Wirklichkeit der Medien. In B. Pörksen (Hrsg.), *Schlüsselwerke des Konstruktivismus* (2. Aufl., S. 431–450). Wiesbaden: Springer VS.
Schulz von Thun, F. (1981). *Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
Schulz, W. (1976). *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. Freiburg/München: Verlag Karl Alber.
Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. London/New Haven, CT: Yale University Press.
Tomasello, M. (2008). *Origins of Human Communication*. Cambridge: MIT Press.
Tomasello, M., & Zeidler, H. (2010). *Warum wir kooperieren*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
Vowe, G. (2016a). Rational Choice. In G. Mazzoleni, K. G. Barnhurst, K. Ikeda, R. Maia, & H. Wessler (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (S. 1379–1385). Chichester/Hoboken, NJ: Wiley Blackwell.
Vowe, G. (2016b). Wissenschaftskommunikation 2.0? Fachzeitschriften in der Online-Welt. *Publizistik*, *61*(1), 51–72.
Watzlawick, P. (2003). *Wie wirklich ist die Wirklichkeit: Wahn – Täuschung – Verstehen*. München: Piper Verlag.
Weingart, P. (2003). *Wissenschaftssoziologie*. Bielefeld: transcript Verlag.
Weischenberg, S. (1992). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen*. Wiesbaden: SV Sozialwissenschaftlicher Verlag.

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

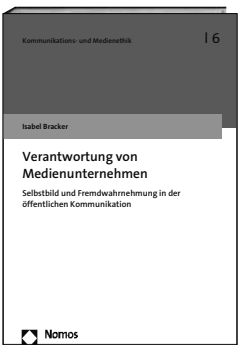
Weischenberg, S. (1995). *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Wiesbaden: SV Sozialwissenschaftlicher Verlag.

White, D. M. (1950). The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, *27*(4), 383–390.

Wilke, J. (1984). *Nachrichtenauswahl und Medienrealität in vier Jahrhunderten. Eine Modellstudie zur Verbindung von historischer und empirischer Publizistikwissenschaft*. Berlin/New York: de Gruyter.

Zillmann, D. (1988). Mood Management: Using Entertainment to Full Advantage. In L. Donohew, H. E. Sypher, & E. T. Higgins (Hrsg.), *Communication, Social Cognition, and Affect* (S. 147–171). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.

Zur gesellschaftlichen Verantwortung von Medienunternehmen



Verantwortung von Medienunternehmen

Selbstbild und Fremdwahrnehmung in der öffentlichen Kommunikation

Voraussetzungen, Strukturen und Formen nachhaltigkeitsorientierter Verantwortungskommunikation am Beispiel der Medienwirtschaft

Von Dr. Isabel Bracker

2017, ca. 400 S., brosch., ca. 74,– €
ISBN 978-3-8487-3753-6
eISBN 978-3-8452-8061-5
(Kommunikations- und Medienethik, Bd. 6)
Erscheint ca. Juni 2017
nomos-shop.de/28831

Nomos eLibrary Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: **www.nomos-elibrary.de**

Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

Nomos

https://doi.org/10.5771/1615-634X-2017-2-236 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY