

Martin Löffelholz / Thorsten Quandt (Hrsg.)

Die neue Kommunikationswissenschaft

Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter – eine Einführung

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003. – 337 S.

ISBN 3-531-13705-0

Viele Politiker, Ökonomen und selbstverständlich Publizisten interessieren sich für Ergebnisse der Kommunikationswissenschaft – weniger für ihre Erkenntnisse. Es sind empirisch-statistisch erhobene und gemessene Daten über Nutzung, Wirkung und Wandel der Medien, die im deutschen Sprachraum seit den 1960er Jahren als Wissen über Presse, Rundfunk, Publizistik, Journalismus, Public Relations aktualisiert werden. Da fragt sich der Kommunikationswissenschaftler schon, warum er so heißt, und welche theoretischen Manöver geeignet sind, aus Medienergebnissen wissenschaftsfähige Kommunikationserkenntnisse zu transformieren, die dem gesellschaftlich-kulturellen Wandel Rechnung tragen? Mediale Gedankenarchitekturen mangelt es an terminologischen, methodologischen und epistemologischen Bemühungen der Selbstkritik. Vielleicht wissen wir viel über Kommunikationswissen, ohne zu wissen, was es mit Medienwissen auf sich hat?

Eine Leittheorie, die das multidisziplinär umherstreunende Gedankengut als Theorie der Kommunikationswissenschaft organisieren, gar integrieren könnte, haben die Autoren dieses Buches nicht im Sinn. Sie versammeln und diskutieren zunächst die üppig facettrierenden Ansätze und Forschungstendenzen. Im ersten Kapitel über „Kommunikation und ihre Wissenschaft“ beklagt Hans-Bernd Brosius die Interessensverlagerung der Fachgenossen auf das Studium der Medien, und er plädiert für eine Rückbesinnung auf die öffentliche Kommunikation als dem Gegenstand einer sozialwissenschaftlich konzipierten Kommunikationswissenschaft. Matthias Karmasin rückt, zur Klärung des Neuen im Titel des Buches, methodologisches und epistemologisches Denkzeug ins Licht der Forschung, und beobachtet Tendenzen der Veränderung in Richtung Ökonomie, Konvergenz und Kultur. Mit grundlagentheoretischen Überlegungen zur Fach- und zur Hochschulkomplexität im Wandel der letz-

ten Jahrzehnte konkretisiert Irene Neverla theoretische und methodische Klärungsbedarfe.

Im zweiten Kapitel werden „Theorien und Methoden als Grundlagen des Neuen“ durchliefert. Klaus Beck fragt – mithilfe der von der Zeitungswissenschaft wiederbelebten scholastischen Unterscheidungsbegriffe Formal- bzw. Idealobjekt versus Materialobjekt – nach der Existenz von (neuen) Medien, und er rät der Kommunikationswissenschaft, mit allen überkommenen Teildisziplinen, sich dem Medienwandel zu stellen. Martin Löffelholz und Carsten Schlüter evaluieren analytische Ansätze in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft, die versprechen, „mediale Kommunikation“ transparenter zu machen. Siegfried J. Schmidt nähert sich der neuen Kommunikationswissenschaft mit „Geschichten und Diskursen“ als einem logisch-konstruktivistischen (keinem empirisch-sinngeschichtlichen) Integrationskonzept. Jens Wolling und Christoph Kuhlmann systematisieren die empirische Kommunikationsforschung als Internetforschung in ihrer gegenwärtig bearbeiteten Breite.

Im dritten Kapitel, das mit „Themen und Forschungsgebiete: Brennpunkte des Wandels“ überschrieben ist, porträtieren Martin Emmert und Gerhard Vowe *Digital Divide* weltpolitisch, und fragen nach künftigen weltpolitischen Aspekten. Andreas Hepp beschreibt Grundzüge der, ob ihrer unterschiedlichen wissenschaftlichen Herkunft schwierig zusammenzuführenden Cultural Studies als einen mediensoziologisch-transkulturellen Ansatz, dem er zutraut, besser als andere der Globalisierung von Medienkommunikation zu entsprechen. Entwicklungspfade von Problembearbeitungen der Medienökonomie des Internets verfolgt Klaus-Dieter Altmeppen. Und Nicola Döring erarbeitet Besonderheiten einer Medienpsychologie im Internet-Zeitalter.

Das letzte Kapitel heißt „Praxis- und Berufsfelder: Konvergenz oder Divergenz“. Thorsten Quandt diskutiert Ansichten und Meinungen, die von so genannten Online-Redakteuren erfragt wurden, um die ermittelten Faktoren als räumliche, politische, technologische und ökonomische Tendenzen in ihren Auswirkungen auf die Kommunikationswissenschaft zu verfolgen. Stefan Wehmeier fragt nach den Folgen des Internets für die Öffentlichkeitsarbeit. Und Elisabeth Klaus diskutiert Unterhaltung pro-

duktionstheoretisch, als Beruf für die Spaßgesellschaft.

Das vorgelegte Gedankengut ist verwirrend und lässt fragen: Wie soll es weitergehen? Die Fülle des Gebotenen ist bestimmt nicht zu puzzeln oder zu patchen. Puzzle- oder Patchwork-Theorien setzen eindeutige Festlegungen (Grenzen, Teile) voraus, während es in der Kommunikationswissenschaft gilt, Annahmen und Unterscheidungen der Forschungsprogramme zur Geltung zu bringen – in Auseinandersetzung mit dem verfügbaren sozialwissenschaftlichen Wissen. Dafür gibt es – nach den Organismus- und den Mechanismusmodellen – mit Modellen kybernetischer System/Umwelt-Theorien angemessene Erkenntnishilfen, die gerne rundum opponiert werden, ohne dass eine entsprechend leistungsfähige Alternative benannt wird.

Vor einem halben Jahrhundert kam der Begriff *media of mass communication* in die amerikanische Kommunikationswissenschaft. Ohne Angabe von Beweggründen ließ man hier wie dort die Sinnbestandteile *mass* und *communication* einfach fallen. Der theoretisch ungepflegte Medienbegriff wurde das Leitfossil der Massenkommunikationsforschung. Sie setzt man unvermittelt in Beziehung zu Gesellschaft, Gemeinschaft, Institution, Organisation und Markt, zu System, Umwelt, Funktion, Struktur, zu soziale Rolle, organisatorische Stelle, Meinung, Einstellung, Technik und Technologie, Integration, Ordnung, Öffentlichkeit, Vertrauen, Erfahrung, und so weiter und so fort. Ohne Rücksichtnahme auf die sinngeschichtlichen Unterschiede werden daraus kommunikationswissenschaftliche Schlüsselbegriffe. Methodologisch wird dreistellig vorgegangen. Medien werden mit Kommunikation im Hinblick auf Probleme verglichen, denen nicht zu entnehmen ist, weshalb Kommunikation und/oder Medien zur Problemlösung beitragen sollen. Die Vorgehensweise erzeugt Überschusseffekte. Wer allerdings erinnert sich, ob die Medienforschung in all den Jahren zu *kommunikationswissenschaftlichen* Neuerungen und zu anschlussfähigen Erkenntnisgewinnen geführt hat?

Manfred Rühl

Klaus-Dieter Altmeppen / Walter Hömberg (Hrsg.)

Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002. – 190 S.

ISBN 3-531-13637-2

Zahlreiche Publikationen beschäftigen sich mit den aktuellen Veränderungen der Medienlandschaft und -industrie. Die Dominanz medienökonomischer, -rechtlicher oder -ethischer Betrachtungen hat den Aspekt der Journalistenausbildung in den Hintergrund gerückt. Die nun vorliegende Bestandsaufnahme, herausgegeben von Klaus-Dieter Altmeppen und Walter Hömberg, ist ein Ansatz, dieses Manko zu beheben, indem ein offenes Forum für die Journalistenausbildung eröffnet wird, das die Grenzen zwischen universitärer und fachhochschulgebundener Ausbildung auf der einen und dem Training in Journalistenschulen auf der anderen Seite auflöst. Einen Anspruch auf Vollständigkeit bezüglich der betrachteten Institutionen und Projekte kann und will das Buch nicht erheben; vielmehr geht es um einen exemplarischen Überblick, anhand dessen Veränderungen festgemacht werden können.

Der für die Publikation gewählte Titel konstatiert allerdings eine veränderte Medienwelt; dies könnte den Schluss zulassen, der Wandel sei bereits abgeschlossen. Es wäre sicherlich passender gewesen, von einer sich veränderten Medienwelt zu sprechen, eine Begrifflichkeit, die Autoren innerhalb des Buches selbst verwenden, wenn vom „fortlaufend veränderten Arbeitsmarkt“ (Klaus, S. 89) oder „sich wandelnden Medienstrukturen“ (Pürer, S. 93) die Rede ist.

Eine Veröffentlichung, die ein solch weit gefasstes Themenfeld wie die Journalistenausbildung abdeckt, lässt die Darstellung eines umfangreichen Spektrums von Innovationen und neuen Ansätzen in der Journalistenausbildung erwarten. Diese Erwartungshaltung wird von den Herausgebern im Einleitungsaufsatz relativiert, wenn die Journalistenausbildung in Deutschland wiederholt mittels zweier Begriffe umschrieben wird: „Kontinuität“ (kommt gleich vier Mal vor) und „traditionelle Prämissen“ (drei Mal). Nach der Lektüre der Einleitung bleibt zunächst der Eindruck, dass Journalistentraining im deutschsprachigen Raum von Tradition und „klassischen Projekten“