

Lothar Döhn

Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation

1990

<https://doi.org/10.17192/ep1990.3.5689>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Döhn, Lothar: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 7 (1990), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1990.3.5689>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Max Kaase, Winfried Schulz (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde.- Opladen: Westdeutscher Verlag 1989 (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 30/1989), 541 S., DM 72,-

Die Massenkommunikation, lange Zeit eine amerikanische Domäne, hat in den letzten beiden Jahrzehnten in der Bundesrepublik Deutschland außerordentlich an Umfang und Eigenständigkeit gewonnen. In den USA war die Massenkommunikationsforschung immer Teil einer quantitativ verfahrenen empirischen Sozialforschung unter Einbeziehung psychologischer Modellvorstellungen; wichtige Anstöße kamen hier aus Forschungsaufträgen der Wirtschaft, der Politik und des Militärs. In Deutschland tat sich die (nur an wenigen Universitäten vertretene) Publizistik- bzw. Zeitungswissenschaft schwer mit ihrem Gegenstand, mit dem sich zunehmend eine Reihe von Wissenschaften befassen. Die Herausgeber des Sammelbandes sehen darin kein grundsätzliches Problem, vielmehr die Chance., daß "aus der inhaltlichen Reichweite und Komplexität des Gegenstandes eine ganz außerordentliche Theorie- und Methodenvielfalt resultiert", die einhergeht mit wenig systematischen, oft ad hoc gewählten Ansätzen sehr unterschiedlicher "Bearbeitungstiefe" (S.10).

Diese von den Herausgebern durchaus als positiv erachtete Vielgestaltigkeit spiegelt sich in den 34 Beiträgen des Bandes, gruppiert um die Themen: Massenkommunikation und sozialer Wandel, Funktion und Folgen politischer Kommunikation, Kommunikatoren im sozialen Kontext, Nutzung und Nutzen von Massenmedien, Theorie der Medienwirkung, Methodenentwicklung und Inhaltsanalyse. Eingeleitet wird der Band von der Zusammenfassung der Herausgeber Kaase und Schulz über "Perspektiven der Kommunikationsforschung" und Horst Reimanns Übersicht über die "Anfänge der Kommunikationsforschung". Die Einführung der Herausgeber und die englischsprachigen Zusammenfassungen am Schluß des Bandes können einer ersten Orientierung dienen. Für die gegenwärtige Bearbeitung des Gegenstandes maßgebende Politikwissenschaftler, Soziologen und Medienwissenschaftler sind mit Beiträgen vertreten, deren wissenschaftliche Qualität und genereller Aussagewert jedoch ebenso unterschiedlich sind wie das jeweilige methodische und theoretische Instrumentarium. Zum Teil haben die Beiträge den Charakter von Werkstattberichten über laufende Forschungen, die zwar (eventuell) Anstöße vermitteln können, aber kein festes wissenschaftliches Fundament schaffen. Unter anderem liegt das am Stand der Massenkommunikati-

onsforschung, in der einerseits Aufwand und Ertrag oft in großem Mißverhältnis zueinander stehen, andererseits eng angelegte empirische Projekte generelle empirische Aussagen oder sogar allgemeine Theoriebildung für sich beanspruchen. Ein Hauptgrund hierfür scheint zu sein, daß die bundesdeutsche Massenkommunikationsforschung in jüngster Zeit - auch gegenüber der amerikanischen - an empirischer sozialwissenschaftlicher Kompetenz gewonnen hat, aber die Integration in eine allgemeine sozialwissenschaftliche Theoriebildung immer noch nicht konsequent betreibt. Insofern gerät leicht aus dem Blick, daß Massenkommunikation kein Gegenstand *sui generis* ist, sondern Teil gesellschaftlicher Prozesse und Systeme. Da auch die Herausgeber die interdisziplinären Erfordernisse der Massenkommunikationsforschung betonen und hierbei den Sozialwissenschaften einen besonderen Stellenwert zuerkennen, muß es verwundern, daß sie der ihrer Meinung zufolge außerhalb der Kommunikationsforschung bestehenden Annahme, diese sei "weitgehend theorieilos" (S.12), unter anderem durch den Hinweis auf Elisabeth Noelle-Neumann und ihre Schule zu entkräften suchen. Demgegenüber ist zu fragen, ob Noelle-Neumanns (hier in Aufsatzform zusammengefaßte) "Theorie der Schweigespirale als Instrument der Medienwirkungsforschung" überhaupt den Anspruch einer wissenschaftlichen Theorie stellen kann. Auf jeden Fall sind ihre Basisannahmen, obwohl sie vordergründig manchem plausibel erscheinen mögen, unter sozialwissenschaftlichen Gesichtspunkten schlichtweg unzutreffend und eher vorwissenschaftlich, wenn nicht gar gezielt ideologisch. Die medienwissenschaftliche Qualität dieser 'Theorie' läßt sich ermesen, wenn man sie mit dem Beitrag von Weischenberg, Basewitz und Scholl vergleicht, der vorsichtig formuliert, wie wenig man von den Absichten der Kommunikatoren in den Medien auf deren "Handlungs- und Wirkungsrelevanz" schließen kann, weil diese "eine Funktion von erheblich mehr Variablen ist, als einfache Kausalannahmen zu Strukturen des Kommunikationsprozesses suggerieren" (S.298). Unter anderem heißt das, daß Journalisten nicht ohne weiteres das der Öffentlichkeit über die Medien vermitteln, was sie möchten, sondern das, was die Medien als Institutionen und das Publikum von ihnen erwarten. Schon dies dürfte, von methodischer und theoretischer Kritik einmal abgesehen, genügen, um die von Noelle-Neumann und vor allem ihrem Schüler Hans Mathias Kepplinger genährte Behauptung zu entkräften, das Fernsehen beeinflusse erfolgreich einseitig Wahlkämpfe, indem es Mehrheitsmeinungen zugunsten von Minderheitsmeinungen umkehre.

Über die Gründe sollte man nicht spekulieren, weshalb einer der schärfsten Kritiker des in diesem Bande repräsentierten Hans Mathias Kepplinger hier nicht zu Wort kommt. Denn die Beiträge zu "Massenkommunikation und gesellschaftlicher Wandel" und "Kommunikatoren im sozialen Kontext" (Koszyk, Wilke, Ronneberger, Saxer, Kaase, Schatz; Rühl, Frank, Weischenberg u. s.o., Erbring) mögen vieles an sozialwissenschaftlichen Defi-

ziten kompensieren. Gleichwohl muß man vermerken: Es fehlt eine grundsätzliche gesellschafts- und wissenschaftstheoretische Kritik an einer Massenkommunikationsforschung, so wie sich diese (auch) hier darstellt. Dies ist besonders bedauerlich angesichts der zutreffenden Aussage der Herausgeber, seit dem Abrücken von kurzfristigen Wirkungszusammenhängen könne man den Medien eben nicht mehr jegliches Veränderungspotential absprechen (vgl. S.9). Ob die von den Herausgebern zitierte "Klage von Kaase über die fehlende Reflexion in der Forschung über die Wechselwirkungen zwischen Struktur und Funktion des massenmedialen und des politischen Systems" (S.15) das Problem vollständig erfaßt, sei dahingestellt. Auf jeden Fall müßte die zentrale Funktion des ökonomischen Systems für das massenkommunikative System theoretisch und empirisch ebenso integriert werden wie grundlegende Aspekte der Sozialisation, die mehr und mehr interdependent mit massenmedialen Aspekten sind. Sogar Klaus Neumanns und Michael Charltons Beitrag über "Medienrezeption von Kindern" berücksichtigt dies nicht hinreichend. Enttäuscht wird diese Erwartung erst recht von Renate Ehlers' Beitrag "Musik im Alltagsleben", der einerseits von den Mängeln einer theoretisch wenig reflektierten quantitativen empirischen Medienforschung zeugt, andererseits fast gänzlich die wenige einschlägige Literatur, etwa die methodisch anregende, wenn auch zur Kritik herausfordernde Untersuchung "Demoskopie im Konzertsaal" (Dollase u.a., Mainz 1986; vgl. *Medienwissenschaft: Rezensionen* 6. Jg. 1989, S.419ff.) unberücksichtigt läßt. Es verwundert somit nicht, daß der indirekt zitierte und im Literaturverzeichnis angeführte Walter Benjamin in einer solchen Untersuchung keine Spuren hinterlassen hat.

Schließlich sei noch vermerkt, daß der Abschnitt über "Methodenentwicklung und Inhaltsanalyse" (Weiß, Früh, Frey u. Bente) deren Stand und Problematik gerade unter allgemeintheoretischen Gesichtspunkten keineswegs repräsentiert, sondern eher exemplarische Qualitäten hat. Letzteres trifft für viele Beiträge in dem Sammelband zu, dem allenfalls Experten kritisch zu gewinnende Aufschlüsse über den Stand der bundesdeutschen Massenkommunikationsforschung entnehmen können, der aber für eine erste Einführung nicht sonderlich geeignet ist.

Lothar Döhn (Kassel)