

# Einführung in die Publizistikwissenschaft

Bearbeitet von  
Prof. Heinz Bonfadelli, Prof. Dr. Otfried Jarren, Prof. Dr. Gabriele Siebert

3. vollständig überarbeitete Auflage 2012. Taschenbuch. IX, 680 S. Softcover  
ISBN 978 3 8252 2170 6  
Format (B x L): 15 x 21,5 cm

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >  
Kommunikationswissenschaft

Zu Inhaltsverzeichnis

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

**beck-shop.de**  
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 Bonfadelli  
Otfried Jarren  
Gabriele Siegert (Hg.)  
Einführung  
in die Publizistik-  
wissenschaft

3. Auflage

Haupt

UTB



UTB 2170

### **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 Bonfadelli  
Otfried Jarren  
Gabriele Siegert  
(Hg.)

# **Einführung in die Publizistikwissenschaft**

3., vollständig überarbeitete Auflage

Haupt Verlag  
Bern · Stuttgart · Wien

**Bonfadelli, Heinz**, Prof. Dr., Studium der Sozialpsychologie, Soziologie und Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich; Promotion 1980 mit einer Arbeit zur Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationswissenschaft; 1981/82 Forschungsaufenthalt an der Stanford University in Kalifornien USA. Nachher wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich. 1992 Habilitation in Publizistikwissenschaft mit einer Studie zur Wissenskult-Forschung. Seit Winter 1994 Extraordinarius und seit Winter 2000 Ordinarius für Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich. Forschungsschwerpunkte: Mediennutzung und Medienwirkungen; Kinder, Jugendliche und Medien; Online-Kommunikation; Wissenschafts-/Umwelt-/Risikokommunikation.

**Jarren, Otfried**, Prof. Dr., Studium Universität Münster (1974–1978); Wiss. Ass. Institut für Publizistikwissenschaft der Freien Universität Berlin (1979–1987); Geschäftsführer Journalisten-Weiterbildung Fachbereich KommWiss der FU Berlin (1987–1989); o. Professor für Journalistik am Institut für Journalistik Universität Hamburg (1995–2001); seit 1997 Ordinarius am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, Forschungsschwerpunkte: Medien und sozialer Wandel; Medienstruktur und Medienorganisation; Medienpolitik; Politische Kommunikation; PR/Organisationskommunikation.

**Siegert, Gabriele**, Prof. Dr., Studium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (1982–1987). Wissenschaftliche Assistentin am Lehrstuhl für Soziologie und empirische Sozialforschung, Universität Augsburg (1987–1995), dort Promotion 1992. Universitätsassistentin am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg (1995–2001), dort Habilitation 2001. Vertretungsprofessorin im Bereich Medienwissenschaft der Universität Jena (1999) und am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der HMT Hannover (2000). Seit 2001 Ordinaria für Publizistikwissenschaft mit dem Schwerpunkt Medienökonomie am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Forschungsschwerpunkte: Medienökonomie; Medienmanagement; Werbung.

1. Auflage: 2001

2. Auflage: 2005

3. Auflage: 2010

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 978-3-8252-2170-6

Alle Rechte vorbehalten.

Copyright © 2010 by Haupt Berne

Jede Art der Vervielfältigung ohne Genehmigung des Verlages ist unzulässig.

Printed in Germany

[www.haupt.ch](http://www.haupt.ch)

UTB-Bestellnummer: 978–3-8252–2170–6

## Vorwort

Noch Mitte der 1990er-Jahre fehlte es an Lehrbüchern und an „Einführungen“ in unser Fach. Die Publizistik-, Kommunikations- oder Medienwissenschaft war eben noch eine eher kleine Disziplin und an vielen Orten deutlich unterdotiert, obwohl schon an den meisten Universitäten in Deutschland und auch in der Schweiz Kolleginnen und Kollegen in der medien- und kommunikationsbezogenen Lehre und Forschung tätig waren. Aus Vorlesungen entwickelten sich im Laufe der Zeit erste Skripte und dann vielfach eben auch Verlagspublikationen.

Um diesem Defizit speziell in der Schweiz entgegenzuwirken, erschien 1994 noch unter der Ägide von Ulrich Saxer als „Diskussionspunkt 27“ das erste Mal die „Einführung in die Publizistikwissenschaft. Eine Textsammlung“. 1996 erschien die zweite, bearbeitete und erweiterte Auflage, und bereits zwei Jahre später wurde aufgrund der grossen Nachfrage die dritte und später sogar noch eine vierte Auflage, ergänzt und aktualisiert, herausgegeben. Die Besonderheit dieser „Textsammlung“ war, dass die in Zürich im Fach „Publizistikwissenschaft“ lehrenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sich vergleichsweise früh gemeinsam auf ein bestimmtes – interdisziplinär definiertes und sozialwissenschaftlich orientiertes – Fachverständnis verständigt hatten. Assistierende wie Professoren hatten von der ersten Auflage an gemeinsam das Werk konzipiert; die Beiträge wurden von allen Lehrenden erstellt und gemeinsam diskutiert. Die „Einführung“ hat sich damit stets weiter entwickelt. Sie konnte optimiert und verbessert werden, weil mit den Texten in Lehrveranstaltungen und bei Prüfungen Erfahrungen gesammelt wurden und eine Evaluation kontinuierlich stattfand.

2001 erschien dann in einer ersten Auflage eine neu konzipierte und um einige Lehrgebiete erweiterte „Einführung“, die auf den gesammelten Erfahrungen aufbaute. Erstmals erschien diese „Zürcher Einführung“ nicht mehr als „Diskussionspunkt“ im Institutsverlag, sondern in einem Buchverlag. Damit wurde eine grössere Verbreitung angestrebt und auch realisiert, was sich in der 2005 gedruckten zweiten Auflage äussert. Seither sind fünf Jahre vergangen, welche auch im Fach

deutliche Akzentverschiebungen nach sich gezogen haben, denen die nun vorliegende neu überarbeitete dritte Auflage Rechnung trägt. Zum einen wurde dem Internet durchgängig mehr Gewicht eingeräumt, zum anderen befasst sich ein Kapitel mit der komparativ verfahrenen Forschung.

Wir, die Herausgeber und die Autoren, begreifen unser Werk als einen Diskussionsbeitrag zur weiteren Entwicklung des fachlichen Selbstverständnisses unserer Disziplin „Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“. Der Band enthält das, was wir am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung an der Universität Zürich lehren und für unabdingbar halten für eine moderne sozialwissenschaftlich orientierte Ausbildung.

Zu danken haben wir allen beteiligten Autorinnen und Autoren für ihre anhaltende Mitwirkungsbereitschaft. Alle Beiträge wurden von Personen verfasst, die an unserem Studiengang lehren oder gelehrt haben. Ein Grossteil der Beiträge stammt von Assistierenden: Ihnen sind wir zur besonderem Dank verpflichtet, denn neben den grossen Belastungen in der Lehre und durch die hohen Anforderungen an die Weiterqualifikation war und ist ihr Zeitbudget stets knapp. Besonders herzlich zu danken haben wir Herrn Jesse Bächler, der als Assistent nicht nur alle Beiträge gelesen hat, sondern auch für die redaktionellen Arbeiten an diesem Band verantwortlich ist.

Heinz Bonfadelli / Otfried Jarren / Gabriele Siegert  
Zürich, im Sommer 2010

# Inhalt

## KAPITEL 1

### META-PERSPEKTIVEN

Heinz Bonfadelli / Otfried Jarren / Gabriele Siebert

**Publizistik- und Kommunikationswissenschaft –  
ein transdisziplinäres Fach** ..... 3

Frank Esser

**Komparative Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft** ..... 19

Werner Wirth / Benjamin Fretwurst

**Zur Bedeutung der empirischen Methoden in der  
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft** ..... 57

## KAPITEL 2

### GRUNDLAGEN, THEORIEN UND MODELLE

Edzard Schade / Matthias Künzler

**Kommunikations- und Mediengeschichte** ..... 77

Heinz Bonfadelli

**Was ist öffentliche Kommunikation?  
Grundbegriffe und Modelle** ..... 111

Patrick Donges / Martina Leonarz / Werner A. Meier

**Theorien und theoretische Perspektiven** ..... 143



Patrick Donges / Kurt Imhof	
<b>Öffentlichkeit im Wandel</b> . . . . .	183

### KAPITEL 3

#### SYSTEME UND STRUKTUREN

Matthias Künzler / Otfried Jarren	
<b>Mediensysteme – Medienorganisationen</b> . . . . .	215

Werner A. Meier / Josef Trappel / Gabriele Siegert	
<b>Medienökonomie</b> . . . . .	239

Manuel Puppis / Michael Latzer / Otfried Jarren	
<b>Medien- und Kommunikationspolitik</b> . . . . .	271

Rolf H. Weber	
<b>Medien- und Kommunikationsrecht</b> . . . . .	307

### KAPITEL 4

#### AKTEURE UND PROZESSE

Vinzenz Wyss / Guido Keel	
<b>Journalismusforschung</b> . . . . .	337

Ulrike Röttger	
<b>Public Relations</b> . . . . .	379

Patrick Donges / Otfried Jarren	
<b>Politische Kommunikation – Akteure und Prozesse</b> . . . . .	405

## KAPITEL 5

**MEDIEN UND INHALTE**

Urs Dahinden / Josef Trappel

**Mediengattungen und Medienformate** . . . . . 433

Frank Marcinkowski / Mirko Marr

**Medieninhalte und Medieninhaltsforschung** . . . . . 477

Gabriele Siegart / Werner A. Meier / Josef Trappel

**Auswirkungen der Ökonomisierung  
auf Medien und Inhalte** . . . . . 517

## KAPITEL 6

**NUTZUNG, REZEPTION, WIRKUNG**

Mirko Marr / Heinz Bonfadelli

**Mediennutzungsforschung** . . . . . 545

Werner Wirth / Holger Schramm

**Medienrezeptionsforschung** . . . . . 575

Heinz Bonfadelli / Thomas N. Friemel / Werner Wirth

**Medienwirkungsforschung** . . . . . 605

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren . . . . . 657

Register . . . . . 663



# KAPITEL 1: META-PERSPEKTIVEN

## Zur Einführung

Mit der wachsenden Bedeutung von Kommunikation und Medien in der Gesellschaft sind auch die Relevanz und die Nachfrage nach der für dieses Gebiet zuständigen wissenschaftlichen Fachdisziplin gestiegen. Dabei wird deutlich, dass es nicht nur eine verwirrende Vielfalt an Fachbezeichnungen gibt, sondern auch, dass unterschiedliche theoretische Perspektiven, aber auch je andere methodische Vorgehensweisen gewählt werden. Das Kapitel 1 beschäftigt sich einerseits mit dem Fach „Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ und mit dem Gegenstand bzw. dem Lehr- und Forschungsfeld „Kommunikation bzw. Massenkommunikation“, mit dem sich diese universitäre Disziplin befasst (vgl. Beitrag *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – ein transdisziplinäres Fach*, i. d. B.). Andererseits werden auch die methodischen Zugänge zu diesem Untersuchungsgegenstand behandelt, wobei in jüngster Zeit verstärkt Untersuchungen mit einer komparativen Perspektive an Bedeutung gewonnen haben (vgl. Beiträge *Komparative Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* und *Zur Bedeutung der empirischen Methoden in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*, i. d. B.).

Trotz der vorhandenen Vielfältigkeit, die im ersten Beitrag näher ausgeführt wird, basiert die vorliegende Einführung auf einem konkreten Selbstverständnis der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft als einer transdisziplinären und vornehmlich sozialwissenschaftlich-empirisch ausgerichteten Disziplin. Gleichzeitig wird aber den Herausforderungen des medialen Wandels – Stichwort „Internet“ – Rechnung getragen. Denn die vor allem technisch initiierten, aber sozial organisierten Veränderungen durch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien betreffen gleichzeitig die Strukturen, Strategien, Inhalte und die Rezeption nicht nur der öffentlichen, sondern auch der privaten Kommunikation. Diesem Selbstverständnis folgend wird im ersten Beitrag auch der weitere Aufbau des Buches erläutert.



Heinz Bonfadelli/Otfried Jarren/Gabriele Siegert

# **PUBLIZISTIK- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT – EIN TRANSDISZIPLINÄRES FACH**

1	Zur Identität und Geschichte des Faches . . . . .	5
2	Facetten des Gegenstands und Fachverständnisse . . . . .	7
2.1	Material- vs. Formalobjekt . . . . .	7
2.2	Perspektivenvielfalt . . . . .	8
2.3	Verschiedene Analyseebenen . . . . .	9
2.4	Unterschiedliche methodische Zugriffe . . . . .	10
3	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft . . . . .	10
3.1	Integrationswissenschaft – Transdisziplinarität – Methodenpluralismus . . . . .	10
3.2	Gegenstand, Fragestellungen und theoretische Perspektiven . . . . .	11
4	Aufbau und Logik des vorliegenden Buches . . . . .	14
	Literatur . . . . .	16



Es gibt keine einfachen und eindeutigen Antworten auf die Fragen, was öffentliche Kommunikation ist bzw. was Medien sind und inwiefern öffentliche Kommunikation und Medien die alleinigen Untersuchungsgegenstände der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sein sollen. Vielmehr bestehen verschiedenste Auffassungen über den Gegenstand der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Und je nach der theoretischen Konzeption ihres Gegenstands variiert auch das darauf bezogene wissenschaftliche Selbstverständnis der Disziplin.

## 1 Zur Identität und Geschichte des Faches

Die universitäre Verankerung und die Herausbildung der Identität der verhältnismässig jungen sozialwissenschaftlichen Disziplin „Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ und die Bestimmung ihres Gegenstands sind sowohl im deutschen als auch im englischen Sprachraum mit Schwierigkeiten und Spannungen verbunden (gewesen). Sichtbar wird dies in der Vielzahl der bestehenden und sich konkurrenzierenden Fachbezeichnungen wie Publizistik-, Kommunikations- sowie Medienwissenschaft oder gar Journalistik, aber auch in den verschiedensten neuen Handbüchern (vgl. Bentele/Brosius/Jarren 2003) und Lehrbüchern in diesem Bereich (vgl. u. a. Kunczik/Zipfel 2001; Burkart 2002; Faulstich 2002; Hickethier 2003; Pürer 2003; Beck 2007; McQuail 2010). Trotz dieser Schwierigkeiten geht die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) als wissenschaftliche Fachgesellschaft davon aus, dass es sich um ein Fach handelt, das sich mit ähnlichen Problemen und Gegenständen beschäftigt, nämlich vor allem der öffentlichen Kommunikation.

Aus der Aussenperspektive erscheint das Fach jedoch als heterogen, bestenfalls als Bindestrich-Wissenschaft. Praktisch alle Disziplinen der Geistes- und Sozialwissenschaften beschäftigen sich nämlich, allerdings aus ihrer jeweiligen Fachperspektive heraus, mit Teilbereichen des Gegenstands (Massen-)Kommunikation wie Medienphilosophie, Mediengeschichte, Medienökonomie, Medienpolitik, Medienrecht, Mediensoziologie, Medienpsychologie, Medienpädagogik etc., um nur einige zu nennen.



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



Quelle: modifiziert nach Pürer 2003: 20

Wurzeln deutschsprachiger Publizistikwissenschaft

Die Wurzeln der deutschsprachigen Publizistikwissenschaft (vgl. Saxer 1980; Rühl 1985; Glotz 1990; Bentele 1999) liegen zu Beginn des 20. Jahrhunderts in der historisch-biografischen und praxisorientierten „Zeitungskunde“: In Deutschland wurde 1916 der erste Lehrstuhl für Zeitungswissenschaft in Leipzig eingerichtet (vgl. Pürer 2003: 15). In der Schweiz erfolgte die Institutionalisierung später, wenngleich bereits 1903 in Zürich die Habilitation von Oscar Wettstein erfolgte und in der Folgezeit mit einem (kleinen) Lehr- und Forschungsbetrieb an der damaligen Staatswissenschaftlichen Fakultät begonnen wurde. Auch in Bern gab es bereits ab 1903 Lehrveranstaltungen. In Zürich wie in Bern bezog sich die Lehre zunächst auf die akademische Vorbildung von Journalisten (vgl. Schade 2005: 13 ff.).

Entgrenzung des Gegenstands

Der Wandel des Mediensystems hatte aber notwendigerweise eine ständige Ausweitung und Entgrenzung des Gegenstands der Publizistikwissenschaft zur Folge, beispielsweise in Richtung Massenkommunikationswissenschaft mit dem Aufkommen der Medien Radio und Fernsehen in den 1930er- und 1960er-Jahren sowie der Online-Kommunikation in den 1990er-Jahren. Neben der Integration kam und kommt es zugleich auch zu Spezialisierungen in eigenständigen Disziplinen, z. B. als Buch- (Universität Leipzig) oder Filmwissenschaft (Universität Zürich).

Spezialisierungen

Ab den 1960er-Jahren rückte als Folge der Rezeption des amerikanischen „communication research“ (vgl. Kivikuru 1998) die sozialwis-

senschaftliche Perspektive ins Zentrum der deutschsprachigen Publizistikwissenschaft. Sie brachte eine deutlichere empirische Ausrichtung der Disziplin mit sich. Und Mitte der 1970er-Jahre wurden in Deutschland erste berufsorientierte Diplomstudiengänge für das anwendungsorientierte Fach „Journalistik“ an den Universitäten eingerichtet. In den 1990er-Jahren kamen weitere spezialisierte Ausbildungsangebote (z. B. Public Relations [PR] oder Medienmanagement) hinzu. Seitdem professionalisiert sich das Fach meist unter schwierigen Rahmenbedingungen und differenziert sich zunehmend in Teilgebiete aus.

Etwa zur selben Zeit entdeckte die Germanistik die Massenmedien als Forschungsgegenstand, zusammen mit der Rezeption der sog. Cultural Studies (vgl. Beitrag *Theorien und theoretische Perspektiven*, i. d. B.), und es etablierten sich seit den 1980er-Jahren vermehrt unter der Bezeichnung Medienwissenschaft (vgl. Faulstich 1994: 9; ders. 2002: 74 ff.; Hickethier 2003: 5 ff.) neue sprach- und geistes- bzw. kulturwissenschaftlich orientierte Forschungsbereiche und Studienangebote an verschiedenen deutschen Universitäten (z. B. Universität-GH Siegen). Auch in der Schweiz finden sich geistes- bzw. kulturwissenschaftlich orientierte Institute (z. B. Institut für Medienwissenschaften an der Universität Basel oder Institut für Populäre Kulturen an der Universität Zürich). Neben universitären Angeboten treten heute verstärkt auch Lehrangebote an Fachhochschulen (z. B. an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur oder an Künstlerischen Hochschulen (z. B. Kunsthochschule für Medien in Köln) auf.

Medien-  
wissenschaft

## 2 Facetten des Gegenstands und Fachverständnisse

### 2.1 Material- vs. Formalobjekt

Eine Bestimmung des Gegenstands des Fachs allein über ihr Materialobjekt, also durch Aufzählung von einzelnen (Massen-)Medien wie Presse, Buch, Radio, Fernsehen, Film oder Online-Medien, genügt also nicht, können doch an diese Medien aus verschiedenen Blickrichtungen heraus ganz unterschiedliche Fragen – z. B. ökonomische vs. soziologische vs. psychologische – gerichtet werden (vgl. Abb. 1). Jede dieser Perspektiven führt zu einem je anderen Formalobjekt. Inter- oder trans-

diziplinäre Forschung (vgl. Faulstich 2002: 70 ff.) ist dem Gegenstand vielfach angemessen, findet jedoch aufgrund von Fakultätsgrenzen und Fachinteressen selten statt.

**Abbildung 2:** Facetten der (Massen-)Kommunikations-, Medien- und Publizistikwissenschaft

Materialobjekte	Einzelne Medien	Kommunikationsakte		Institution „Journalismus“	
	Presse, TV, Radio etc.	interpersonale vs. Massenkommunikation			
Formalobjekte	alle Kommunika- tionsprozesse	für die Öffentlichkeit bestimmte Aussagen	durch Medien hergestellte Öffentlichkeit		
Analyseebenen	Akteure (mikro)	Organisationen (meso)	Gesellschaft (makro)		
Methodische Zugriffe	quantifizierende sozialwissenschaftliche Methoden		qualitative phänomenologisch-hermeneutische Ver- fahren		
Fach- bezeichnungen	Publizistik- wissenschaft	(Massen-)Kommuni- kationswissenschaft	Medien- wissenschaft	Journalistik	Medien- Psychologie, Medien- Soziologie etc.

Quelle: eigene Darstellung

2.2      Perspektivenvielfalt

Unterschiedliche  
Fachverständ-  
nisse

Kommunikation als soziales Totalphänomen kann aus unterschied-  
lichsten Perspektiven heraus thematisiert werden, was sich in der je  
anderen Namensgebung und der je unterschiedlichen theoretischen  
wie auch empirisch-methodologischen Ausrichtung des Fachs spiegelt.  
Kritisiert wird, dass der Theorieimport aus anderen Disziplinen wie  
z.B. der Psychologie dominiere und es an eigenständiger Theorieent-  
wicklung mangle.

- Die Bestimmung des Fachs kann über die interpersonale (unver-  
mittelte) Kommunikation als allgemeine Kommunikationswissen-  
schaft erfolgen oder über die technisch vermittelte Kommunika-  
tion als Massenkommunikationswissenschaft.
- Im Unterschied zur Massenkommunikationswissenschaft, bei der  
sich die Bezeichnung am technischen Medium orientiert, liegt der

Fokus bei der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vor allem, aber nicht nur, auf der durch Medien hergestellten Öffentlichkeit. Fragen der interpersonalen bzw. der privaten Kommunikation (z. B. Mobilkommunikation) wurden bislang eher am Rande thematisiert, haben aber im Zusammenhang mit der verstärkten Medienkonvergenz an Bedeutung gewonnen.

- Die Journalistik, erst im geringen Umfang universitär institutionalisiert, orientiert sich am Handlungssystem Journalismus, das Inhalte für die Öffentlichkeit her- und bereitstellt.

Journalistik (vgl. Weischenberg 1995) wie auch PR beziehen sich auf Institutionalisierungen des Fachs, die praxisorientiert sind und in denen die Journalisten- oder PR-Leistungen für die Gesellschaft im Zentrum stehen, im Gegensatz zu den stärker wissenschaftlich orientierten Disziplinen bzw. Ausbildungsgängen wie Publizistik- oder Kommunikationswissenschaft: Hier steht die Reflexion öffentlicher Kommunikation aus sozialwissenschaftlicher Perspektive im Mittelpunkt.

Praxis- und  
Wissenschafts-  
orientierung

## 2.3 Verschiedene Analyseebenen

Kommunikationsphänomene können aus unterschiedlichen disziplinären Perspektiven, wie z. B. Psychologie oder Soziologie, und auf verschiedenen Ebenen untersucht werden: auf der Mikroebene von Personen bzw. Medienakteuren und Medienaussagen, auf der Mesoebene von Medienorganisationen und -institutionen und auf der Makroebene der Mediensysteme. In der Praxis ist zumeist eine disziplinäre Spezialisierung erkennbar (z. B. historische, linguistische, technologische, psychologische, pädagogische, soziologische, ökonomische, juristische Zugriffe), denn die unterschiedlichen Sichtweisen sind nicht ohne Weiteres integrierbar. Zudem ist es vielfach aus erkenntnistheoretischen Problemen nicht möglich, Analysen sowohl auf der Mikro- (Handlungsebene) wie auf der Makro-Ebene (gesellschaftliche Ebene) durchzuführen.

Analysen auf  
Mikro-, Meso- und  
Makroebene

## 2.4 Unterschiedliche methodische Zugriffe

Quantitative  
und qualitative  
Methoden

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft versteht sich heute mehrheitlich als empirisch orientierte Sozialwissenschaft und integriert dementsprechend theoretische Konzepte und Ansätze sowie methodische Verfahrensweisen beispielsweise aus der Soziologie, der Politologie, der Ökonomie oder Psychologie. In Abgrenzung dazu definieren sich die Medienwissenschaft im deutschen und die sog. Cultural Studies im englischen Sprachraum mehr als Geistes- bzw. Kulturwissenschaften mit einer stärkeren Betonung von qualitativen Methoden.

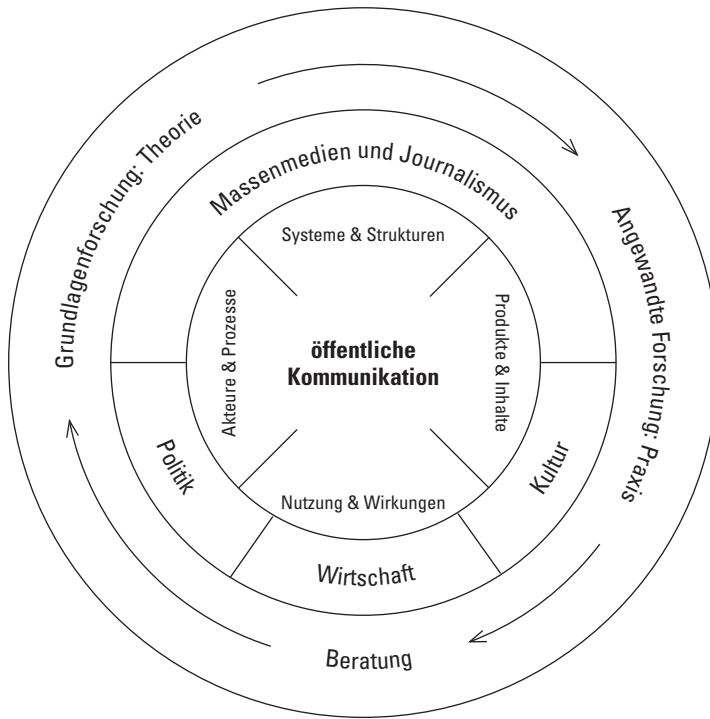
## 3 Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

### 3.1 Integrationswissenschaft – Transdisziplinarität – Methodenpluralismus

Öffentliche  
Kommunikation

Die publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Forschung befasst sich primär mit der öffentlichen Kommunikation, die durch (Massen-)Medien wie Presse, Radio, Fernsehen, Online-Kommunikation und – mit geringer Bedeutung – Buch und Film hergestellt wird. Im Zentrum des Fachs stehen die Deskription und Erklärung der verschiedensten Phänomene und Probleme der modernen Gesellschaft als eine Medien- und Informationsgesellschaft unter Berücksichtigung der an ihr beteiligten Akteure und deren Strategien, die Leistungen der Medien sowie ihre Effekte auf Rezipienten und die Gesellschaft insgesamt, und zwar mit einem Fokus auf die beeinflussenden Faktoren (soziale, politische, ökonomische Strukturen) sowie vermittelnden Prozesse.

**Abbildung 3:** Gegenstand „öffentliche Kommunikation“  
 Forschungsfelder und Forschungsprozess der Publizistikwissenschaft



Quelle: eigene Darstellung

### 3.2 Gegenstand, Fragestellungen und theoretische Perspektiven

#### *Gegenstand*

Den zentralen Gegenstand der klassischen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bilden alle Formen der öffentlichen Kommunikation bzw. Massenkommunikation, deren wissenschaftliche Erhellung in Form von Definitionen, Modellen und Theorien geschieht (vgl. Kapitel *Grundlagen, Theorien und Modelle*, i. d. B.). Der interpersonalen, d. h.

der zwischenmenschlichen Kommunikation wird als Basisphänomen insoweit Beachtung geschenkt, als diese an öffentliche Kommunikationsprozesse gebunden ist (vgl. Bentele 1999: 5).

Die Entwicklung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien führt jedoch nicht nur zu einem Strukturwandel der Medien- bzw. der Gesamtwirtschaft, sondern macht auch bislang geltende Grenzen zunehmend durchlässig. Dies bedeutet nicht nur, dass wir es mit einer Vielfalt von Formen öffentlicher Kommunikation zu tun haben, sondern auch, dass deren Abgrenzung von gruppenspezifischer und interpersoneller Kommunikation (z. B. Mobilkommunikation) oder von Transaktion (z. B. E-Commerce) zunehmend problematisch wird. Als Konsequenzen dieser Entwicklung wird u. a. diskutiert, anhand welcher Elemente Medienunternehmen konkret bestimmt werden können, ob neue, bislang weniger beachtete Akteure, z. B. aus der Telekommunikation, zu relevanten Akteuren im Mediensystem werden, ob Transaktionsfernsehen öffentliche Kommunikation ist und inwiefern die Online-Kommunikation Rezipienten auch zu Kommunikatoren werden lässt. Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft muss sich dieser aktuellen informations- und kommunikationstechnologischen Entwicklung stellen, weil sie ansonsten an gesellschaftlicher Erklärungskraft verlieren könnte.

### *Fragestellungen*

Originäre Fragestellungen

Das Fach hat eine Reihe von originären Frage- und Problemstellungen entwickelt. Dazu gehören folgende Punkte:

- Medien und Gesellschaft: Die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen sowie ökonomischen und institutionellen Voraussetzungen, aber auch die medientechnische Basis, unter denen sich die Massenkommunikation vollzieht.
- Medienstrukturforschung und Medienentwicklung: Die Organisationen des Mediensystems und Strukturen im Mediensystem und deren Entwicklung.
- Kommunikatorforschung (Journalismus und PR): Die Prozesse der Produktion von Medienbotschaften.
- Inhalts- und Qualitätsforschung: Die durch die Massenmedien in Form von manifesten und latenten Aussagen produzierte Medienrealität und deren Resonanz in der Öffentlichkeit.
- Publikums- und Rezeptionsforschung: Die Publika der Massen-

medien, ihre Strukturen, sowie die Prozesse der Medienrezeption und die dahinterstehenden Wünsche und Erwartungen.

- Wirkungsforschung: Die individuellen und sozialen, intendierten und zufälligen, kurz- wie langfristigen, sozial erwünschten, aber auch schädlichen Effekte der Massenmedien auf Wissen, Einstellungen, Emotionen und Verhaltensweisen.

### *Theoretische Perspektiven*

Wie in anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen auch, existiert in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft keine alles dominierende theoretische Perspektive (vgl. Burkart 1997). Das Fach ist eher durch einen Theorienpluralismus (Handlungs- wie auch Systemtheorien) charakterisiert (vgl. Beitrag *Theorien und theoretische Perspektiven*, i. d. B.). Die meisten der verwendeten theoretischen Ansätze stellen Hypothesensysteme über relativ eng begrenzte Teilbereiche der öffentlichen Kommunikation dar – sog. Theorien mittlerer Reichweite –, wie z. B. zu den Teilbereichen der Nachrichtenselektion auf der Mesoebene (Redaktion als Organisation) oder der Medienwirkungsphänomene auf der Mikroebene (Individuum). Am ehesten gibt es auf der Makroebene umfassende allgemeine Theorieentwürfe oder Paradigmen. In den 1970er- und 1980er-Jahren waren im deutschen Sprachraum der Strukturfunktionalismus und darauf aufbauend die Systemtheorie auf der Basis der Arbeiten von Niklas Luhmann (1996) besonders erfolgreich. Ein neueres, aber sehr kontrovers diskutiertes Paradigma stellt der Konstruktivismus (vgl. Beiträge in Bentele/Rühl 1993; Schmidt/Zurstiege 2000) dar. Andere, in der Öffentlichkeit stark beachtete Entwürfe von medienphilosophischen und kulturkritischen Autoren, wie Marshall McLuhan (1968), Neil Postman (1985) und Pierre Bourdieu (1998) oder neue postmoderne Autoren, wie Paul Virilio, Jean Baudrillard oder Vilém Flusser (vgl. Kloock/Spahr 1997; Weber 2003), welche Phänomene und Entwicklungen wie Beschleunigung, Simulation und Vernetzung ins Zentrum ihrer Überlegungen stellen, betrachtet man in der akademischen Disziplin als eher unergiebig, da sie nicht ohne Weiteres empirisch überprüfbar sind (vgl. Bentele 1999: 7; Saxer 2000).



## 4      **Aufbau und Logik des vorliegenden Buches**

Integrationswis-  
senschaft

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird in den Beiträgen dieses Einführungsbandes als transdisziplinäres Fach mit vornehmlich sozialwissenschaftlich-empirischer Ausrichtung verstanden und konzipiert. Gleichwohl wird neben sozial- auch mit kulturwissenschaftlichen Ansätzen gearbeitet, wobei diese Konzepte im Rahmen einer integrationswissenschaftlichen Perspektive gegenstandsbezogen verknüpft werden und Ausgangspunkt für eine eigenständige Theoriebildung sein sollen. Dabei werden Theorie- und Methodenpluralismus gepflegt. Einen übergreifenden Einblick in den Methodenpluralismus gibt auch der zweite Beitrag dieses Kapitels.

Die Logik des Buches unterscheidet zwischen Kapiteln und Beiträgen. Mit Beiträgen sind die einzelnen, von unterschiedlichen Autorinnen und Autoren verfassten, konkreten Abhandlungen bezeichnet. Diese Beiträge sind in insgesamt sechs thematisch kohärente Kapitel eingeteilt. Eine kurze Einleitung der Herausgeber am Anfang jedes Kapitels soll den „roten Faden“ und die Verknüpfung der einzelnen Beiträge aufzeigen. Die Autorinnen und Autoren der Beiträge lehren und forschen am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung – oder stehen diesem Institut nahe, sodass trotz der Allgemeingültigkeit der Ausführungen eine gewisse „Standortperspektive“ verfolgt wird.

Aufbau des  
Buches

Der gesamte Aufbau des Buches erfolgt in Anlehnung an Abbildung 3. Auf das Einführungskapitel (dem auch dieser Beitrag zugeordnet ist), in welchem das theoretische und methodische Verständnis von Publizistik-/Kommunikationswissenschaft als meta-theoretische Basis skizziert wird, folgt Kapitel 2, *Grundlagen, Theorien und Modelle*, in dem in vier Beiträgen die wesentlichen Grundlagen, d. h. die Mediengeschichte, die Definitionen, Modelle und Theorien sowie der Wandel der Öffentlichkeit aufgearbeitet werden. Danach befasst sich das Kapitel 3 mit *Systemen und Strukturen*. Dabei werden neben der Betrachtung von Mediensystemen und Medienorganisationen auch deren ökonomische, politische und rechtliche Implikationen und Rahmenbedingungen diskutiert. Das Kapitel 4, *Akteure und Prozesse*, umfasst drei Beiträge, die sich mit den beiden Bereichen Kommunikatoren/Journalismus und Public Relations auseinandersetzen sowie mit deren Zusammenspiel

am Beispiel der politischen Kommunikation. Die drei Beiträge des Kapitels 5, *Medien und Inhalte*, betrachten vor dem Hintergrund aktueller Veränderungsprozesse im Medienbereich die technologischen, die thematisch-inhaltlichen und die ökonomischen Dimensionen von Medien und ihren Inhalten. Im letzten Kapitel, *Nutzung, Rezeption und Wirkung*, fokussieren die drei Beiträge auf die Nutzung der Medien durch die Rezipienten, auf die Prozesse während der Rezeption und auf die Konsequenzen, die sich sowohl auf individueller als auch auf gesellschaftlicher Ebene zeigen.

Unsere Aufmerksamkeit richtet sich insbesondere auf die strukturellen Eigenheiten und Probleme der Medienentwicklung sowie der öffentlichen Kommunikation im Vergleich verschiedener kultureller Kontexte (Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen europäischen Ländern oder Europa und den USA) und unterschiedlicher Mediensysteme (öffentliche vs. privatwirtschaftliche Institutionalisierung). Die Beispiele in den einzelnen Beiträgen beziehen sich deshalb soweit möglich auf internationale Vergleiche, zumindest aber auf Vergleiche zwischen den deutschsprachigen Ländern. Gelegentlich wird allerdings bewusst nur auf Beispiele aus der Schweiz zurückgegriffen.

## Übungsfragen:

Was versteht man unter Transdisziplinarität?

Was versteht man unter Material- und Formalobjekt einer Wissenschaft?

Worin unterscheiden sich Publizistik-/Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft in ihrem Fachverständnis?

## Basisliteratur

- Bentele, Günter (1999): Gegenstands- und Problembereiche, Systematiken, Theorien und Methoden unseres Fachs. In: *Aviso*, H. 24, S. 4–8.
- Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.) (2003): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden.

## Literatur

- Beck, Klaus (2007): *Kommunikationswissenschaft*. Konstanz.
- Bentele, Günter/Rühl, Manfred (Hg.) (1993): *Theorien öffentlicher Kommunikation. Teil III: Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft*. München, S. 103–171.
- Bourdieu, Pierre (1998): *Über das Fernsehen*. Frankfurt a. Main.
- Burkart, Roland (1997): Publizistikwissenschaftliche Basistheorien: Eine Annäherung aus drei Perspektiven. In: Bonfadelli, Heinz/Rathgeb, Jürg (Hg.): *Publizistikwissenschaftliche Basistheorien und ihre Praxistauglichkeit*. Zürich, S. 51–66.
- Burkart, Roland (2002): *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. Wien, Köln, Weimar.
- Faulstich, Werner (1994): *Einführung: Zur Entwicklung der Medienwissenschaft*. In: Faulstich, Werner (Hg.): *Grundwissen Medien*. München, S. 9–15.
- Faulstich, Werner (2002): *Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen*. München.
- Glötz, Peter (1990): Von der Zeitungs- über die Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik* Jg. 35, H. 3, S. 249–256.
- Hickethier, Knut (2003): *Einführung in die Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar.
- Kivikuru, Ullamaija (1998): *Communication Research. Is There Such a Thing?* In: *Nordicom Review* Jg. 19, H. 1, S. 7–11.
- Kloock, Daniela/Spahr, Angela (1997): *Medientheorien. Eine Einführung*. München.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2001): *Publizistik: ein Studienbuch*. Köln.
- Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen.
- McLuhan, Marshall (1992 [1968]): *Die magischen Kanäle*. Düsseldorf, Wien.
- McQuail, Denis (2010): *McQuail's Mass Communication Theory*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore.
- Postman, Neil (1985): *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. Frankfurt a. Main.

- Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: ein Handbuch. Konstanz.
- Rühl, Manfred (1985): Kommunikationswissenschaft zwischen Wunsch und Machbarkeit. In: Publizistik, Jg. 30, H. 2, S. 229–246.
- Saxer, Ulrich (1980): Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945. In: Publizistik, Jg. 25, H. 4, S. 525–543.
- Saxer, Ulrich (2000): Mythos Postmoderne: Kommunikationswissenschaftliche Bedenken. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 48, H.1, S. 85–92.
- Schade, Edzard (2005): Was leistet die Publizistikwissenschaft für die Gesellschaft? Eine Rückschau auf wichtige Forschungsvorhaben zur Ausgestaltung der Medienlandschaft Schweiz. In: Schade, Edzard (Hg): Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachentwicklung. Konstanz, S. 13–45.
- Schmidt, Siegfried/Zurstiege, Guido (2000): Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek b. Hamburg.
- Themenheft „Ferment in the Field“ (1983). In: Journal of Communication, Jg. 33, H. 3.
- Weber, Stefan (Hg.) (2003): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz.
- Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Bd. 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen.



Frank Esser

# KOMPARATIVE PUBLIZISTIK- UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

1	Entwicklung des Vergleichs . . . . .	21
2	Definition des Vergleichs . . . . .	21
3	Logik des Vergleichs . . . . .	23
4	Fachinteresse am Vergleich . . . . .	26
5	Etablierungsprobleme des Vergleichs . . . . .	27
6	Ziele des Vergleichs . . . . .	29
7	Erklärende Komparatistik: Ihre theoretischen Grundlagen . . . .	31
	7.1 Handlungsorientiertes Paradigma . . . . .	32
	7.2 Kulturalistisches Paradigma . . . . .	33
	7.3 Strukturalistisches Paradigma . . . . .	34
8	Erklärende Komparatistik: Ihre methodischen Grundlagen . . . .	35
	8.1 Ein Land: Impliziter Vergleich . . . . .	36
	8.2 Wenige Länder: Qualitativer Vergleich . . . . .	37
	8.3 Mittlere Länderzahl: Kontrollierter Vergleich . . . . .	37
9	Anwendungsfelder des Vergleichs . . . . .	40
	9.1 Journalismus im Vergleich . . . . .	40
	9.2 Mediensysteme im Vergleich . . . . .	42
	9.3 Politische Kommunikation im Vergleich . . . . .	45
10	Fazit . . . . .	48
	Literatur . . . . .	51



# 1 Entwicklung des Vergleichs

Der international vergleichende Ansatz ist in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft lange vernachlässigt worden, während er sich in den Nachbardisziplinen Politikwissenschaft, Soziologie und Psychologie deutlich früher etablierte. In der Politikwissenschaft heisst die entsprechende Unterdisziplin Comparative Politics. Dazu gibt es ein Vielzahl von Lehrbüchern und spezialisierte Fachzeitschriften. Davon ist die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft noch weit entfernt. Die Gründe für dieses Defizit liegen zum einen darin, dass die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine junge Disziplin ist. Zum anderen überwog bei vielen Forschern lange die Einstellung, dass Journalisten, Medienorganisationen, Nachrichteninhalte und Publikumspräferenzen so eng an nationale, kulturelle und sprachliche Wurzeln geknüpft seien, dass man sie am besten historisch oder gegenstandsorientiert erklärt.

Verspätete fach-  
geschichtliche  
Entwicklung

Erst in jüngerer Zeit zeichnet sich eine stärker international vergleichende Orientierung im Fach ab. Nach den Universitäten Erfurt und Bochum war Zürich 2006 die dritte Universität im deutschsprachigen Raum, die einen Lehrstuhl für vergleichende Medienforschung besetzte. Erkenntnisfortschritt und Forscherenthusiasmus nehmen rasch zu; Zweifel über die Vorteile und das Erkenntnispotenzial des komparativen Ansatzes sind ausgeräumt. Die Gründerväter Michael Gurevitch und Jay Blumler, die die Entwicklung seit den Anfängen mit prägten, sehen Anzeichen für die Herausbildung eines „eigenständigen, reifen Forschungsfeldes“ (Gurevitch/Blumler 2003: 371). Es könne keine Rede mehr von einer Vernachlässigung der vergleichenden Kommunikationsforschung sein. „Sie ist fast schon in Mode gekommen“ (ebd.: 373).

Komparative  
Kommunikations-  
forschung nun im  
Reifungsprozess

## 2 Definition des Vergleichs

Die komparative Analyse arbeitet grundsätzlich mit mindestens zwei Vergleichseinheiten. Dabei werden auf Makroebene Systeme oder Kulturen bzw. Teilsysteme oder Teilkulturen verglichen. Es ist zu betonen, dass Systeme oder Kulturen keineswegs zwangsläufig deckungsgleich mit Nationen sind. Auch innerhalb von Nationalstaaten können

Komparative  
Kommunikations-  
wissenschaft  
vergleicht keines-  
wegs immer nur  
Länder



Medienkulturen unterschieden werden, wie etwa die sprachlich segmentierten Medienmärkte in der Schweiz (vgl. hierzu Blum 2003; Hungerbühler 2005) oder in Belgien oder Kanada. Andererseits wird auch oberhalb von Nationalstaaten die Herausbildung transnationaler Medienkulturen untersucht, z. B. wenn die Europäisierung nationaler Medienöffentlichkeiten (Pfetsch/Adam/Eschner 2008; Brüggemann/Hepp/Kleinen von Königsblöw/Wessler 2009) oder gar Unterschiede zwischen einem europäischen und einem angloamerikanischen Journalismus diskutiert werden (Donsbach/Klett 1993; Mancini 2005).

#### Definition

Weil die nationalstaatliche Ebene keineswegs die einzige Bezugsgrösse darstellt, hat sich neben der Bezeichnung „international vergleichend“ der neutrale Terminus „komparativ“ durchgesetzt. Die vergleichende Kommunikationsforschung ist zwar grundsätzlich grenzüberschreitend, die Art der Grenzziehung kann jedoch variieren. Wie die Vergleichsfälle konzeptionalisiert und voneinander abgegrenzt werden, hängt also von Festlegungen des Forschers ab. Als *Definition* lässt sich formulieren: Komparative Kommunikationsforschung liegt immer dann vor, wenn zwischen mindestens zwei Systemen oder Kulturen (oder deren Teilelementen) Vergleiche auf mindestens einen kommunikationswissenschaftlich relevanten Untersuchungsgegenstand gezogen werden. Vergleichende Kommunikationsforschung unterscheidet sich von nicht vergleichender Kommunikationsforschung in drei Punkten: Es handelt sich um eine besondere Strategie zum Erkenntnisgewinn, die (a) grundsätzlich grenzüberschreitend vorgeht, sich (b) um eine system- und kulturübergreifende Reichweite ihrer Schlussfolgerungen bemüht und die (c) Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten zwischen Untersuchungsobjekten mit den Kontextbedingungen der sie umgebenden Systeme bzw. Kulturen erklärt (vgl. Esser 2003; Pfetsch/Esser 2003).

#### Motive vergleichender Forschung

Vergleichende Kommunikationsforschung strebt an, das Chaos internationaler Beobachtungen mittels Typologien zu ordnen, die Reichweite und Generalisierbarkeit von Erkenntnissen zu prüfen, Auswirkungen von Kontexteinflüssen auf Untersuchungseinheiten zu erklären, die Kontextabhängigkeit von Befunden herauszustreichen sowie zu einem besseren Verständnis unserer kommunikationswissenschaftlichen Konzepte und Gegenstände zu kommen. Zusätzlich zum *räumlichen* Vergleich betont die Komparatistik auch den *zeitlichen* Vergleich: So sollten Mediensysteme zu mehreren Zeitpunkten verglichen

werden, wenn beispielsweise die Frage nach Angleichungsprozessen im Mittelpunkt des Interesses steht.

### 3 Logik des Vergleichs

Diesen Festlegungen liegt die Annahme zugrunde, dass unterschiedliche mediale und politische Kontextbedingungen (z. B. des Medien- und Politiksystems der Schweiz) in einer charakteristischen Wechselbeziehung mit den Arbeitsweisen und Inhaltsgestaltungen von Medienorganisationen (z. B. der *Neuen Zürcher Zeitung*) sowie den in diesen Medienorganisationen arbeitenden Journalisten stehen. Die publizistischen Arbeitsweisen werden sich in systematischer Weise von Journalisten und Zeitungen unterscheiden, die in andere mediale und politische Kontextbedingungen eingebettet sind. Daher werden komparative Untersuchungen häufig so angelegt, dass gezielt solche Länder ausgewählt werden, die sich hinsichtlich der Kontextbedingungen für das interessierende Phänomen unterscheiden. Auf diese Weise können allgemeine Aussagen über das Phänomen geprüft werden (Was gilt immer, unabhängig von den Kontexteinflüssen?) und spezifische Aussagen (Wie verhält sich der Untersuchungsgegenstand unter dem Einfluss unterschiedlicher Kontextbedingungen?) gemacht werden.

Komparatistik untersucht die Einflüsse unterschiedlicher Kontexte auf den Untersuchungsgegenstand

Dieses Beispiel soll deutlich machen, dass die vergleichende Forschung nicht aus blossem Vergleichen, sondern aus dem Suchen nach Erklärungen besteht (Przeworski 1987). Nun können Erklärungen auf zwei verschiedene Arten gesucht werden: mittels „intensiver, fallorientierter Analysen“ für wenige Länder oder mittels „extensiver, variablenorientierter Analysen“ für viele Länder (Ragin 1987). Intensive, fallorientierte Analysen wenden eher verstehende, qualitative Verfahren an; extensive, variablenorientierte Analysen eher kausallogische, quantitative Verfahren. Beim intensiven, fallorientierten Ansatz werden die Vergleichsfälle mittels dichter Beschreibung in ihren historischen Kontext eingeordnet, ganzheitlich rekonstruiert und in ihrer eigentümlichen Bedeutung und einmaligen Gestalt erkannt und verstanden (vgl. Geertz 1973; Ragin 1989). Genau gegen diese Einzelfallorientierung wendet sich der extensive variablenorientierte Ansatz. Extensiv heisst, dass verallgemeinerbare, repräsentative Ergebnisse sowie reichweitenstarke Theorien angestrebt werden. Variablenorientiert heisst, dass mit

Komparative Erklärung:  
Zwei Ansätze

Fallorientierter Ansatz

Forschungsfragen und Hypothesen gearbeitet wird, die der Kausallogik von unabhängigen und abhängigen Variablen folgen. Länder werden nicht aufgrund ihrer Eigentümlichkeit in die Analyse aufgenommen, sondern weil sie eine interessante Kombination von Variablen aufweisen (vgl. Jahn 2006; Landman 2008).

Variablenorientierter Ansatz

Die variablenorientierte Kausallogik baut auf der Logik der „quasi-experimentellen“ Methode auf: Forscherteams wählen ihre Fälle bzw. Länder so aus, dass sie unterschiedliche Ausprägungen der unabhängigen, erklärenden Variablen in verschiedenen Systemkontexten entsprechen. Dazu wählen sie z. B. zwei Länder mit rein kommerziellem Rundfunksystem, zwei Länder mit rein öffentlich-rechtlichem Rundfunksystem und zwei Länder mit dualem Rundfunksystem aus. Die drei Gruppen in diesem ländervergleichenden Quasi-Experiment werden dann beispielsweise daraufhin verglichen, in welchen Intensitätsgraden sich die Systeme hinsichtlich der abhängigen Variablen (z. B. Boulevardisierung der Politikberichterstattung) unterscheiden. Ein solches quasi experimentelles Forschungsdesign mit nur sechs Fällen verbietet zwar eine streng kausale Ursachenattribution für die gefundene Varianz der abhängigen Variablen. Eine „weiche Kontrolle“ der Varianz kann aber durch systematische Berücksichtigung alternativer Erklärungen für Boulevardisierung erfolgen. Ein solches Untersuchungsdesign kann zeigen, ob es einen systematischen Zusammenhang zwischen dem Kommerzialisierungsgrad eines Rundfunksystems und dem Boulevardisierungsgrad der Politikberichterstattung gibt. Formal gesprochen, kann ein solches Untersuchungsdesign zeigen, ob es Kovarianz zwischen einer angenommenen unabhängigen Variable und der gemessenen abhängigen Variable gibt. Sie ist von entscheidender Bedeutung für die Leitfrage der Komparatistik – nämlich inwiefern Faktoren des Kommunikationskontextes in charakteristischer Wechselwirkung zu den Untersuchungseinheiten stehen. Der Vergleich bedeutet also, die Kontextbedingungen zu variieren und dann in den jeweiligen Settings zu untersuchen, inwiefern die Einstellungen und Handlungen der Akteure mit konkreten Strukturbedingungen systematisch korrespondieren (vgl. Esser 2003; Pfetsch/Esser 2003; Pfetsch 2003b). Soweit die Kausallogik, die in diesem Lehrbuchbeitrag durchgehend als „die“ Logik der komparativen Kommunikationsforschung vertreten wird.

„Die“ prinzipielle Logik der komparativen Kommunikationsforschung

Lästigerweise gibt es zwei Probleme in der Praxis. Wie im genannten Beispiel ist auch sonst in der komparativen Kommunikationsforschung

ein „harter“ Kausalnachweis manchmal nicht möglich, weil zu wenige Länder in der Analyse sind. Wenn man nur wenige Länder vergleicht, können nicht alle alternativen Kausalkombinationen, die theoretisch ebenfalls zu Boulevardisierung führen können, überprüft werden. Dazu bräuchte es grosse Stichproben mit Ländern, in denen vielfältigste Konfigurationen vorherrschen. Weil die komparative Kommunikationswissenschaft aber oft nur Daten für kleine Ländersamples zur Verfügung hat, muss sie manchmal auch auf „weiche“ (nicht statistische) Kausalnachweise zurückgreifen. Kleine Vergleichsstudien vertrauen deshalb stärker auf den verstehend-qualitativen Ansatz. Erklärung im Rahmen des verstehend-qualitativen Ansatzes wird u. a. durch Methoden wie „pattern matching“ oder „process tracing“ erreicht. Mit process tracing ist beispielsweise eine systematische „Kausalitätsrekonstruktion“ auf der Basis von sorgfältiger Kontextbeschreibung, dem Nachzeichnen von Entwicklungspfaden, der Identifizierung von chronologischen Etappenschritten und Kausalketten sowie dem theoriegeleiteten Aufzeigen von Verursachungsmechanismen und Auswirkungen gemeint (vgl. George/Bennett 2005; Jahn 2006; Munro 2009; Rohlfing 2009).

Kombination von variablenorientiertem und fallorientiertem Ansatz vor allem bei kleineren Ländersamples

Der vergleichenden Forschung geht es also um Erklärung. Das bezieht sich einerseits auf den Nachweis von Kausalbeziehungen zwischen Variablen zur Überprüfung von Theorien bzw. Hypothesen (variablenorientierter Ansatz), andererseits auf das verstehende Rekonstruieren ganzheitlicher Bedeutungsprozesse (fallorientierter Ansatz). Zusätzlich geht es natürlich auch um den Erwerb spezifischer Kenntnisse über die jeweiligen Mediensysteme und Medienkulturen. Gurevitch/Blumler (2003) betonen daher zu Recht, dass vergleichende Forschung immer einen „doppelten Nutzen“ erbringen sollte. Sie soll nicht nur darauf abzielen, einen bestimmten Untersuchungsgegenstand zu erklären, sondern auch die unterschiedlichen Systeme, in denen er untersucht wird.

Doppelter Nutzen der Komparatistik: Kontextbedingte Unterschiede in den Untersuchungsgegenständen erklären und Mediensysteme verstehen