



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Eine Nummer zu groß? Interpersonale Kommunikation aus wissenschaftstheoretischer Perspektive

verfasst von

Szymon Przybylski Bakk.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Christian Steininger

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 31. März 2014

Szymon Przybylski

„Das Wiederfinden dessen, was der Mensch in die Dinge gesteckt hat, heißt sich Wissenschaft.“ – Friedrich Nietzsche

Vorwort

Das Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft war für mich eine Reise in mein inneres Ich. Startend mit einem Funken der Neugier, dass mich Medien faszinieren, hat mir das Studium Einblick in so viele Bereiche gegeben, dass im Endeffekt meine große Abschlussarbeit weit weniger über Medien handelt, als über das, was uns Menschen schlussendlich nicht nur von den Tieren unterscheidet, sondern auch maßgeblich ausmacht, die Fähigkeit zur (zwischenmenschlichen) Kommunikation.¹

Meine Zukunftspläne kreisen nun weniger um die Berufsfelder Werbung, Journalismus oder Mediendesign, vielmehr kristallisiert sich nun am Abschluss des Studiums ein klares Ziel heraus – Die Gesundheitskommunikation.

Mit diesem Ziel vor Augen, möchte ich mich an dieser Stelle bei einzelnen Personen bedanken, die mein Weiterkommen an der Universität oder im privaten Leben maßgeblich gefördert haben.

Zuerst möchte ich meinem Betreuer, Herrn Prof. Steininger dafür danken, dass er an mein wissenschaftliches Können glaubt und mir mit Rat und Tat zur Seite steht.

Ferner danke ich Herrn Prof. Bauer für sehr tiefsinnige und interessante Einsichten und Perspektiven in unserem Fach.

Ich danke den beiden STEP 1 Tutorinnen Bettina und ihrer Freundin, deren Namen ich leider vergessen habe, die mir den Konstruktivismus nahe gebracht und schlussendlich so meine Lebensphilosophie geprägt haben.

Ich danke meinem besten Freund und Studienkollegen Stefan Kuntner, mit dem ich nicht nur das Vergnügen hatte, Filmbeiträge zu machen, sondern mit dem mich bis heute eine wunderschöne Freundschaft verbindet.

Schließlich danke und widme ich diese Arbeit meiner Familie und im Besonderen meinen Eltern. Ohne ihre Unterstützung, ihren Glauben, ihre Stärke und ihren Willen wäre ich im Leben nie so weit gekommen. Ihre Erziehung hat es mir erlaubt, die Wunder der zwischenmenschlichen Kommunikation nicht nur zu erleben, sondern durch sie zu wachsen, zu reifen und ein besserer Mensch zu werden.

¹ Vorab soll an dieser Stelle erwähnt sein, dass aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf eine geschlechtsspezifische Unterscheidung verzichtet wurde. Die verwendeten Personenbezeichnungen sind geschlechtsneutral zu sehen.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	6
Inhaltsverzeichnis.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	9
1. Einleitung – Annäherung an ein nahezu unsichtbares Problem	10
1.1. Erkenntnisinteresse – Problem – Ziel.....	10
1.2. Aufbau der Arbeit und Eingrenzungen	12
1.3. Relevanz und Forschungsstand.....	14
1.3.1. Relevanz	14
1.3.2. Forschungsstand – Englischsprachige Literatur	16
1.3.3. Forschungsstand – Deutschsprachige Literatur	23
1.4. Forschungsleitende Fragen und Methodendesign.....	26
2. Interpersonale Kommunikation – Vom (menschlichen) Ursprung zum wissenschaftlichen Phänomen?	27
2.1. Definitionen.....	27
2.2. Interdisziplinärer Charakter der interpersonalen Kommunikation aus einer historischen Perspektive	29
2.3. Interpersonale Kommunikation und Praxis – Perspektiven für die Zukunft.....	41
2.4. „Health Communication“ als Beispiel interdisziplinärer Forschung und Schnittstelle zur Praxis	48
2.4.1. Public Health – Die Meso- und Makroebene.....	51
2.4.2. Patient-Provider Communication als interpersonales Aufgabengebiet	54
3. Kommunikationswissenschaft: Zwischen Selbstfindung, Abgrenzung und gesellschaftlicher Anerkennung	58
3.1. Das Stellenwertproblem in Zahlen.....	58

3.2. Der Druck zur Legitimation einer politisch missbrauchten Wissenschaft.....	61
3.2.1. Die Zeitungswissenschaft und ihre Anfänge	62
3.2.2. Aufbruch – Untergang – Wiederaufbau.....	65
3.3. Wissenschaftstheorie als Analyseinstrument für die Kommunikationswissenschaft.....	71
3.4. Vom Paradigma zum Fachverständnis	78
3.4.1. Der zu große Schuh der Kommunikation – Mainstream in der Kommunikationswissenschaft.....	83
3.4.2. Methodenwahn – Szientismus und das Ideal der Naturwissenschaft..	90
4. Abschlussdiskussion und Ausblick	94
Literaturverzeichnis.....	98
Abstract – Deutsch.....	109
Abstract – English.....	110

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Rau, Harald: Einführung zur Kommunikationswissenschaft. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2013.

Abb. 2: Rau, Harald: Einführung zur Kommunikationswissenschaft. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2013.

Abb. 3: Rau, Harald: Einführung zur Kommunikationswissenschaft. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2013.

Abb. 4: Rau, Harald: Einführung zur Kommunikationswissenschaft. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2013.

Abb. 5: Schultz von Thun, Friedemann: Miteinander Reden 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Rowohl Verlag. Reinbek. 1998.

Abb. 6: Rau, Harald: Einführung zur Kommunikationswissenschaft. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2013.

Abb. 7: Altmeyden, Klaus-Dieter; Weigel, Janika; Gebhard, Franziska: Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ergebnisse der ersten Befragung zu den Forschungsleistungen des Faches. In: Publizistik. Heft 56. 2011. S.373-398.

Abb. 8: Altmeyden, Klaus-Dieter; Weigel, Janika; Gebhard, Franziska: Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ergebnisse der ersten Befragung zu den Forschungsleistungen des Faches. In: Publizistik. Heft 56. 2011. S.373-398.

Abb. 9: Altmeyden, Klaus-Dieter; Weigel, Janika; Gebhard, Franziska: Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ergebnisse der ersten Befragung zu den Forschungsleistungen des Faches. In: Publizistik. Heft 56. 2011. S.373-398.

Abb. 10: Auerbeck, Stefanie; Kutsch, Arnulf: Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900-1960. In: Duchkowitsch, Wolfgang; Hausjell, Fritz; Semrad, Bernd (Hrsg.): Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. LIT Verlag. Münster. 2004. S.55-66.

Abb. 11: Klusmann, Wolfram: Einführung zur praktischen Wissenschaftsphilosophie. Der Kampf gegen die schwarzen Schwäne. AVM Verlag. München. 2012.

1. Einleitung – Annäherung an ein nahezu unsichtbares Problem

1.1. Erkenntnisinteresse – Problem – Ziel

Neugierde ist der Schlüssel zur Erkenntnis. Durch Beobachtung von unterschiedlichen Prozessen und Situationen kann es zu interessanten Missständen oder Abweichungen kommen, die der Verstand oberflächlich nicht zu beantworten vermag. Erst durch eine langanhaltende Reflexion, sowie das intensive Beschäftigen mit der Literatur können Ansätze liefern, die ein klareres Bild von dem zeichnen, was sich ereignet hat. Ähnlich ergeht es dem Autor der vorliegenden Magisterarbeit. Im Laufe des Studiums der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sind zahlreiche Lehrveranstaltungen besucht worden, in denen hauptsächlich die Massenkommunikation thematisiert worden ist. Dabei meint Massenkommunikation eine „spezifische Form sozialer Kommunikation, nämlich die gesellschaftliche Verständigung mithilfe technischer Medien (sog. Massenmedien).“² Das Bakkalaureatstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hebt sich durch eine Vielfalt von unterschiedlichen (Teil-)Disziplinen, die einen reichen Überblick über die Möglichkeiten des Faches liefern, hervor.³ Bis auf wenige Ausnahmen, wie z.B. Lehrveranstaltungen zur Kommunikationssoziologie, Kommunikationsethik, Kommunikationstheorien sowie teilweise zur Medienpsychologie und einer Einführungsvorlesung sind dem Autor sehr wenige Inhalte zum Themengebiet der interpersonalen Kommunikation vermittelt worden. Die interpersonale Kommunikation wird als eine Handlung verstanden, die mindestens zwei Personen eines Kommunikationsprozesses umfasst,⁴ die diesen mit Hilfe der Sprache und/oder Medien bewältigen.⁵

Meiner eigenen Einschätzung nach entspricht die Anzahl der Lehrveranstaltungen, an denen Informationen zur interpersonalen Kommunikation vorzufinden waren, gemessen am ECTS-System, ungefähr bei 16-20 Punkten in einem Studium, das 180 ECTS Punkte zum Abschluss verlangt.⁶ Erst im Magisterstudium findet sich im Curriculum ein Block

² Beck, 2013: S.197

³ Informationen zum Studienplan: <http://spl.univie.ac.at/publizistik/studium/studienplaene/bakk-publizistik-ukommunikationswissenschaft/>

⁴ Vgl. Beck, 2013: S.136

⁵ Über die Problematik einer einfachen Definition wird im Laufe dieser Arbeit noch rekuriert.

⁶ Das sind reine Beobachtungen des Autors, man kann in den Bakkalaureatsseminaren interpersonale Kommunikationsforschung durchaus anbringen, was vielleicht 12 ECTS Punkte mehr bringt. Die Bilanz fällt trotzdem noch immer auf.

an Lehrveranstaltungen zur interpersonalen Kommunikation, der als Wahlfach belegt oder absolviert werden kann. So heißt es auf der Website der Studienprogrammleitung:

„Außer der Vermittlung von vertiefendem Wissen hinsichtlich Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft und Kommunikationswissenschaftlicher Forschung wird das Fach in den Wahlfächern sowie den Freien Wahlfächern u.a. um die Bereiche Medien- und Kommunikationsmanagement, Medien- und Kommunikationsrecht und Interpersonelle Kommunikation, Gruppen- und Organisationskommunikation erweitert.“⁷

Aus diesen Beobachtungen und Erfahrungen ergibt sich das Erkenntnisinteresse über den Zustand und Stellenwert der interpersonalen Kommunikation in der Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt auf Deutschland.⁸

Es stellt sich die Frage, warum dem zentralen Merkmal der menschlichen Zivilisation und dem Hauptcharakteristikum des Menschen - der (sprachlichen) Kommunikation - eine eher geringere Aufmerksamkeit im Fach zukommt.⁹ Wie ist dies vor dem Hintergrund des Internets und den Möglichkeiten von Social Media zu begründen, die beide neue Möglichkeiten der (interpersonalen) Interaktion gewährleisten?¹⁰ In den formulierten Fragen mutet das Problem an, dass ein geringerer Stellenwert der interpersonalen Kommunikation im Fach nicht zeitgemäß ist und eine Fülle von (neuen Forschungsfeldern, Berufsmöglichkeiten und Wissensquellen) missen lässt.¹¹ Dieses Problem des (zu) niedrigen Stellenwertes der interpersonalen Kommunikation innerhalb der Kommunikationswissenschaft¹² wird im Laufe dieser Arbeit aufgearbeitet, in zahlreichen Facetten vorgestellt und einer Erklärung zugeführt.

Somit ist der Sinn und Zweck dieser Arbeit auf einen Missstand in der deutschen Fachlandschaft der Kommunikationswissenschaft hinzuweisen und diesen wissenschaftstheoretisch, sowie fachgeschichtlich zu erklären. Untergeordnetes Ziel ist die interpersonale Kommunikation zu bewerben. Es sollen die Chancen für eine kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit diesem Phänomen hervorgehoben

⁷ SPL- Studienprogrammleitung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft:
<http://spl.univie.ac.at/publizistik/studium/studienplaene/mag-publizistik-ukommunikationswissenschaft/>
(02.01.2014)

⁸ In Kapitel 1.2 wird genauer erklärt, was mit Medien- und Kommunikationswissenschaft gemeint ist und wie sich geographisch der Forschungsschwerpunkt dieser Arbeit äußert.

⁹ Vgl. hierzu: Rau, 2013: S.90 und Burkart, 2002: S.20ff

¹⁰ Vgl. hierzu: Wolling/Kuhlmann, 2003: S.132f

¹¹ Vgl. Dailey/Le Poire, 2006: S.1ff

¹² Aus lese-ökonomischen Zwecken steht Kommunikationswissenschaft für empirisch-sozialwissenschaftlich arbeitende Medien-, Publizistik-, sowie Kommunikationswissenschaft.

und die (praxisnahe) Attraktivität, die Dailey und Le Poire in der angewandten Forschung zur interpersonalen Kommunikation sehen, vermittelt werden.¹³ Sollte diese Arbeit es nicht schaffen einen wissenschaftlichen Diskurs anzuregen, den Leser jedoch zum (Nach-)Denken über die Zustände, die in der Kommunikationswissenschaft herrschen, zu bewegen, dann ist ein wichtiges Ziel erreicht worden.

1.2. Aufbau der Arbeit und Eingrenzungen

Im *ersten Kapitel* dieser Arbeit wird neben den Eingrenzungen noch über die kommunikationswissenschaftliche Relevanz des Themas referiert. Danach folgt ein ausführlicher Überblick über den Forschungsstand, zum Thema der interpersonalen Kommunikation. Im Laufe der Recherche problematisiert keine einzige Arbeit den Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der deutschsprachigen Forschungslandschaft, es werden höchstens Randbemerkungen oder kurze Einwürfe erhoben, dass interpersonale Kommunikation als Alltagsphänomen schwer zu untersuchen sei.¹⁴

Anschließend wird kurz dargelegt, welche forschungsleitende Frage dieser Arbeit zugrunde liegt und in welchem methodischen Konzept diese Frage beantwortet wird.

Im *zweiten Kapitel* folgt eine Einführung in die interpersonale Kommunikation. Dabei werden wichtige Theorien vorgestellt, Anwendungsgebiete besprochen, sowie Beispiele aus der Wissenschaft und Praxis gegenübergestellt.

Zum Abschluss dieses Kapitels wird ein wichtiger Forschungs- und Praxisbereich der interpersonalen Kommunikation erörtert. Als Beispiel soll die Gesundheitskommunikation dienen und damit Anreize für das Fach schaffen diesem Phänomen der Gesundheitskommunikation – damit inbegriffen auch der interpersonalen Kommunikation – mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Kapitel 3 behandelt konkret die Fachgeschichte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum. Von den Anfängen der Zeitungswissenschaft hin zur kritischen Neufindung nach 1945, bis zur empirisch-sozialwissenschaftlichen Wende in den 60er. Dabei soll der Versuch unternommen werden einen Bezug zum Stellenwert der interpersonalen Kommunikation herzustellen und ihn als Begründungsansatz zu

¹³ Vgl. Dailey/Le Poire, 2006: S.1f

¹⁴ Vgl. Rothe, 2006: S.17

etablieren.¹⁵

Der zweite Teil dieses Kapitels widmet sich einer Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Forschungstraditionen an den Hochschulen Deutschlands, die die Kommunikationswissenschaft maßgeblich geprägt haben. Dabei werden Positionen von einflussreichen und bedeutsamen Persönlichkeiten vorgestellt, die maßgeblich an der Entwicklung des Faches beteiligt waren.¹⁶ Es wird sich um eine stark eingegrenzte Auswahl handeln, da eine Beschäftigung mit allen wichtigen Persönlichkeiten des Faches den Rahmen dieser Magisterarbeit sprengen würde. Das Auswahlkriterium wird dahingehend mit der Thematik dieser Arbeit in Bezug stehen und den Einfluss der Person auf den Forschungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft illustrieren.

Der dritte Teil des Kapitels befasst sich mit Wissenschaftstheorie und wird die Situation der Sozialwissenschaften gegenüber der Naturwissenschaft darlegen. Im Zuge dessen wird auf den Unterschied zwischen der geisteswissenschaftlichen und empirisch-sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft Bezug genommen. Abschließend folgt eine knappe Abhandlung über die quantitativen und qualitativen Methoden der (Sozial-)Wissenschaft, da in diesem Themenbereich des Erklärens und Messens gegenüber des Deutens und Verstehens eine Verbindung zur interpersonalen Kommunikation verdeutlicht werden kann.¹⁷

Die Arbeit schließt mit einer Zusammenfassung und einem Ausblick und hoffentlich einem Anreiz zur weiteren Beschäftigung mit interpersonaler Kommunikation ab. Als letzte Bemerkung sei noch zu erwähnen, dass in der vorliegenden Arbeit viele Bereiche dieses sehr großen Themas nur kurz angerissen werden können, auf weiterführende Literatur wird aber an den betreffenden Stellen verwiesen.

¹⁵ Vgl. hierzu: Schreiber, 1990: S.51ff und Löblich, 2007: S.129f

¹⁶ Vgl. hierzu: Meyen/Löblich, 2007: S.7ff und Meyen/Löblich, 2006: S.9ff

¹⁷ Vgl. hierzu: Scheufele/Engelmann, 2009: S.25ff

1.3. Relevanz und Forschungsstand

1.3.1. Relevanz

Die Frage, die sich an dieser Stelle stellt, ist die, inwieweit ein Thema von kommunikationswissenschaftlicher Relevanz sein kann, wenn es dieses in jener Form noch gar nicht gibt?

An diesem Punkt hilft nur eine Auseinandersetzung mit der Fachliteratur und den Argumenten der Autoren, die sich mit interpersonaler Kommunikation auseinandersetzen. Schließlich haben diese Autoren den Stellenwert der interpersonalen Kommunikation als ausreichend hoch definiert, dass sie die Beschäftigung mit diesem Thema als anstrebenswert gesehen haben. Eines der wesentlichen Argumente für die Beschäftigung mit interpersonaler Kommunikation stellt Denise Sommer auf. Sie betont, dass interpersonale Kommunikation mittlerweile untrennbar mit medialer Kommunikation zu denken sei. Ferner habe man dieses Phänomen als Anschlusskommunikation zu verstehen, in der sich die Rezipienten „im Anschluss“ an den Medienkonsum über die Medieninhalte interpersonal unterhalten.¹⁸ Sommers Idee ist an sich nicht neu. In der Medienwirkungsforschung gab es einen entscheidenden Bruch, wodurch man sich von reinen behavioristischen Wirkungsansätzen distanzierte und zu einem aktiv-rezipierenden Publikum hinwendete, welches selektiv-bewusst (Medien-)Inhalte aufnimmt.¹⁹ Aktuellere Überlegungen kombinieren die Wirkungsansätze mit dem rezipierenden Publikum und versuchen komplexe Phänomene der Rezeption von Medieninhalten zu erklären.²⁰ Man beruft sich dabei auf den Dynamisch-Transaktionalen Ansatz, welcher als theoretisches Instrumentarium in unterschiedlichen Forschungsansätzen anwendbar ist. Wichtige Kennzeichen dieses Ansatzes sind die Dynamik der Kommunikation und die Transaktion als logischer Beziehungstypus wissenschaftlicher Aussagen.²¹ Kommunikation, damit auch interpersonale Kommunikation, wird als „soziales Handeln, welches durch Intentionen und Antizipationen in Bezug auf die Wirkung auf Andere gekennzeichnet ist“ verstanden.²² Dynamik, Komplexität, Verhalten und Handeln sind wesentliche Merkmale

¹⁸ Vgl. Sommer, 2010: S.20ff

¹⁹ Vgl. Jäckel, 2011: S.88ff

²⁰ Vgl. Früh, 2001: S.11ff

²¹ Vgl. Wunsch, 2007: S. 22

²² Ebd.

der (interpersonalen) Kommunikation.²³ Allerdings sind Überlegungen, Theorien und Erkenntnisse aus interpersonaler Kommunikationsforschung anwendbar auf Massenkommunikationsforschung, wie Klaus Schönbach mit seinen Überlegungen zur Persuasionsforschung nahelegt und dafür Beispiele aus der Werbung bringt.²⁴ Werbung wird als „Härtefall“ persuasiver Kommunikation gesehen, in der das Publikum grundsätzlich nicht an den Botschaften des Gegenübers interessiert ist. Theorien der interpersonalen Persuasion erklären Techniken, wie der Kommunikationspartner zu bestimmten Handlungsweisen motiviert werden kann.²⁵ Das Transferieren von Erkenntnissen einer Mikro-Perspektive - bei Kommunikationsprozessen mindestens zweier Individuen - auf Meso- und Makroebene ist ein einschlägiges Argument für die kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung mit interpersonaler Kommunikation.

Friederike Rothe nennt als wesentlichen Grund zur Beschäftigung mit interpersonaler Kommunikation das Nicht-Gelingen von Kommunikation und führt dabei zwei Symptome an, die sie als „Nicht-Verstehen-Können“ und „Missverstehen-Wollen“ bezeichnet.²⁶ Damit seien auf der einen Seite sprachliche, technische und soziale Barrieren gemeint, die die Kommunikationspartner direkt und indirekt voneinander trennen würden.²⁷ Auf der anderen Seite stünden Emotionen, Einstellungen, Werte und Ideologien, die das Missverstehen forcieren würden und kaum Chancen auf den optimalen Kommunikationsweg gäben.²⁸ Die (wissenschaftliche) Beschäftigung mit interpersonaler Kommunikation, so Rothe, solle dem entgegenwirken und Modelle zu einer Optimierung von Kommunikation liefern.²⁹

Weshalb ist dann der Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft überhaupt von Relevanz? Er gibt Auskunft darüber, inwieweit das Fachverständnis, also ein Konglomerat an wissenschaftlichen Auffassungen, das innerhalb einer scientific community dominiert, dieses Phänomen Forschungsgegenstand ansieht oder nicht.³⁰ Dabei geht es um die Identität des Faches und die Fragestellung inwieweit interpersonale Kommunikation als

²³ Vgl. Burkart, 2002: S.26f

²⁴ Vgl. Schönbach, 2013: S. 69ff

²⁵ Vgl. ebd.

²⁶ Vgl. Rothe, 2006: S. 1ff

²⁷ Vgl. ebd.

²⁸ Vgl. ebd.

²⁹ Vgl. ebd.

³⁰ Vgl. Löblich, 2010:S.26ff

Teil dieser Identität gesehen wird.³¹ Um sich über die interpersonale Kommunikation einen Überblick zu verschaffen wird einleitend der Forschungsstand angeführt.

1.3.2. Forschungsstand – Englischsprachige Literatur

Der Forschungsstand zum Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft ist inexistent. Recherchen geben keine Hinweise darauf, ob dieses Thema in einem solchen Kontext je bearbeitet worden ist. Auffällig ist daher das vermehrte Auftreten englischsprachiger Forschung in unterschiedlichen Fachzeitschriften. Aus diesen Gründen werden im Rahmen dieser Arbeit aktuelle Studien zur interpersonalen Kommunikation vorgestellt.

Ein Themenbereich, der in den Fachzeitschriften vermehrt auftritt, ist die *interpersonale Kommunikation in Bezug auf vermittelte Botschaften*. Berger und Iyengar beschäftigen sich in ihrer Studie damit, wie Kommunikationsinhalte von unterschiedlichen Medien „geformt“ werden.³² Dabei ist die „Mundpropaganda“, welche interpersonal ausgetauscht wird, Ausgangspunkt ihrer Untersuchung.³³ Dem gegenüber werden Medien wie das Telefon, Social Media und Chatplattformen angeführt, um zu untersuchen, wie Inhalte der Mundpropaganda von eben diesen Medienformen umgewandelt werden.³⁴ Von den Autoren wird Mundpropaganda wie folgt definiert: eine Mund-zu-Mund Form der Kommunikation zweier Konsumenten über ein bestimmtes Produkt.³⁵ Berger und Iyengar kommen zu dem Ergebnis, dass ein wesentlicher Unterschied darin liegt, ob Mundpropaganda im gesprochenen Wort oder im geschriebenen Wort kommuniziert wird. Demnach seien beim geschriebenen Wort mehr interessante und aufmerksamkeitserregende Schlagworte genannt worden, welche das Produkt beschreiben.³⁶ Ferner sei der Zeitfaktor beim geschriebenen Wort von Bedeutung, da den Kommunikationspartnern mehr Zeit zur Verfügung stehe den Kommunikationsakt zeitlich aufzubauen und auszuschnücken, um dadurch das Produkt interessanter zu

³¹ Vgl. Ebd.

³² Vgl. Berger/Iyengar, 2013: S.567ff

³³ Vgl. Ebd.

³⁴ Vgl. Ebd.

³⁵ Vgl. Ebd.

³⁶ Vgl. Berger/Iyengar, 2013: S.576ff

bewerben.³⁷ Schlussendlich wird noch die Rolle der Selbstrepräsentanz beim Kommunizieren von Mundpropaganda bedacht. Bei der spontanen Kommunikation des gesprochenen Wortes sei man mehr auf spontane Bedürfnisse bedacht, die mit dem Produkt, worüber referiert wird, assoziiert werden.³⁸ Die Autoren kommen zum Schluss, dass es signifikante Unterschiede in der Veränderung von Gesprächsinhalten und Mundpropaganda durch das Medium gibt.³⁹

In eine ähnliche Richtung forscht Chang, der vermutet, dass die Einstellungen der Kommunikatoren gegenüber einem bestimmten Gesprächsgegenstand oder einer Gesprächsperson eine entsprechende Kommunikationswirkung verursachen.⁴⁰ Seine Studie fokussiert dabei auf ambivalente Einstellungen und soll experimentell nachweisen, dass sowohl positive als auch negative Einstellungen von Probanden gegenüber dem Kommunikationsgegenstand oder dem Kommunikationspartner eine Wirkung auf den Kommunikationsprozess an sich haben.⁴¹ Dabei sprengt Chang die dominante Vorstellung von Forschern, dass Einstellungen bei jedem Kommunikationspartner entweder positiv oder negativ seien.⁴² Die Grenzen zwischen positiv und negativ seien viel mehr fließend und oft würden Einstellungen einer ambivalenten Dynamik unterliegen.⁴³ Der Autor resümiert, dass ambivalente Einstellungen den Kommunikationsprozess stärker strukturieren und systematisieren.⁴⁴ Kommunikatoren, die eine ambivalente Einstellung zu einem Kommunikationspartner oder –gegenstand inne haben, würden bei einer kontroversen Meldung von oder über diese Partner oder Gegenstände stärker darüber reflektieren und abwägen, welchen Informationsgehalt die Meldung hat und inwieweit argumentativ überzeugend sie sein kann.⁴⁵

Die *interpersonale Kommunikation als soziales Handeln* ist ebenfalls ein Thema, das in einigen Studien bearbeitet wird.

Bodie thematisiert in seiner Studie den Akt des „Zuhörens“ und bemängelt die fehlende theoretische Auseinandersetzung mit diesem Phänomen.⁴⁶ So sei von vielen Wissenschaftlern und Forschern im Rahmen der interpersonalen Kommunikation der

³⁷ Vgl. Ebd.

³⁸ Vgl. Ebd.

³⁹ Vgl. Ebd.

⁴⁰ Vgl. Chang, 2012: S.332f

⁴¹ Vgl. Ebd.

⁴² Vgl. Ebd.

⁴³ Vgl. Ebd.

⁴⁴ Vgl. Chang, 2012: S.353

⁴⁵ Vgl. Ebd.

⁴⁶ Vgl. Bodie, 2011: S.1ff

Stellenwert des Zuhörens erheblich betont worden, allerdings würde eine theoretische und kritisch-reflexive Auseinandersetzung mit der Handlung des Zuhörens nahezu zur Gänze fehlen.⁴⁷ Bodie kritisiert, dass in vielen Studien zur interpersonalen Kommunikation das Zuhören vorausgesetzt werde und demnach keine theoretische Betrachtung vorliege.⁴⁸ Um dem entgegenzuwirken schlägt der Autor die Art und Weise der Analyse des Zuhörens vor und was dabei zu bedenken sei.⁴⁹ Zuhören sei stets relational zu betrachten. Ferner sei dem Zuhören ein konstruktives Potential zuzuordnen, welches nicht nur die eigenen Kognitionen, Erinnerungen und Gefühlszustände reflektiert, sondern auch zahlreiche Settings entstehen lässt, aus denen der Zeitpunkt zu wählen sei, an dem man dem Kommunikationspartner entgegenkommen möchte.⁵⁰

Einen zentralen Forschungsschwerpunkt der interpersonalen Kommunikation umfasst die „Supportive Communication“, die jene Kommunikation beinhaltet, die den Kommunikationspartner bei sozialen Konfliktsituationen unterstützt.⁵¹ Frisby und Martin untersuchen hierfür die Motivationsgründe von Kommunikationspartnern, welche „Supportive Communication“ ausführen.⁵² In diesem Zusammenhang kommen die beiden zu dem Ergebnis, dass die prosoziale Motivation, welche sich darin äußert, dass man gerne kommuniziert, einer der stärksten Gründe für unterstützende Kommunikation sei.⁵³ Einen zweiten wesentlichen Motivationsgrund stelle die „soziale Kontrolle“ dar, in der die Kommunikationspartner das Gefühl der Kompetenz anstreben, um als Beratungsquelle zur Verfügung zu stehen und zum richtigen Handeln zu motivieren.⁵⁴ Hinzu kommt, dass sich diese Kommunikationspartner mit der Kontrollmotivation als verlässlich einstufen.⁵⁵ Frisby und Martin appellieren vor allem an die situative und spontane Reaktionssituation bei interpersonaler Kommunikation. Allerdings sehen sie darin auch eine Störvariable für genaue Messung, so dass vermehrt in diese Richtung geforscht werden sollte.⁵⁶

Exotischer geht es in der Untersuchung von Dunbar et. al. zu. Interpersonale Kommunikation wird aus der Perspektive der Humortheorie untersucht, in der man sich

⁴⁷ Vgl. Ebd.

⁴⁸ Vgl. Ebd.

⁴⁹ Vgl. Bodie, 2011: S.4

⁵⁰ Vgl. Bodie, 2011: S.6

⁵¹ Vgl. Frisby/Martin, 2010: S.320ff

⁵² Vgl. Ebd.

⁵³ Vgl. Frisby/Martin, 2010: S.326f

⁵⁴ Vgl. Ebd.

⁵⁵ Vgl. Ebd.

⁵⁶ Vgl. Ebd.

auf den Aspekt der Machtsituation innerhalb eines Gesprächsakts konzentriert und wie Humor dazu beitragen kann seine Machtposition zu verändern.⁵⁷ Dem Humor wird dabei eine zentrale sowie deeskalierende Funktion in der interpersonalen Kommunikation zugesprochen, der oft angespannte Gesprächssituationen entspannen lässt.⁵⁸ Das Ergebnis ihrer Studie besagt, dass der Humor positiv von den Probanden in heterogenen Machtpositionen wahrgenommen wurde, bei der Bewertung der Gesprächssituation aber keine Rolle gespielt habe.⁵⁹ Humor wird in diesem Machtsetting als nicht genug relevant empfunden, um das strikte und professionelle Niveau, sowie die klare Gesprächsrollenverteilung bei Kommunikationspartnern mit unterschiedlicher Machtposition, zu verändern.⁶⁰

Neben Perspektiven zur Humortheorie werden auch Studien zum Dialog durchgeführt. Den Ausgangspunkt bildet eine Kritik an Dialog-Studien. Jenen wird ein oft zu philosophischer Charakter nachgesagt. Jedoch sollten vorrangig empirische Überlegungen herangezogen werden.⁶¹ Mithilfe eines hermeneutisch-phänomenologischen Ansatzes und zahlreicher Tiefeninterviews will Montague mit seiner Studie dafür sorgen, dass empirisch dargelegt wird, wie der Dialog von unterschiedlichen Teilnehmern wahrgenommen und gelebt wird.⁶²

Ferner gibt es zahlreiche Ergebnisse zum Thema *angewandte interpersonale Kommunikation und Praxis*.

Lee setzt den Fokus auf Gesundheitskommunikation und wie Medien die individuellen Lebensstile und die interpersonalen Gespräche über Gesundheit prägen und verändern.⁶³ Interpersonale Kommunikation wird von der Autorin als Teil einer Triade gesehen, welche noch von Medien und schließlich von der Gesellschaft selbst vollendet wird.⁶⁴

Das Thema der Gesundheit wird dabei in allen Eckpunkten der Triade lebhaft debattiert, illustriert und präsentiert. Dabei ergibt sich eine Interdependenz zwischen der eigenen Einstellung zu jenem Thema und wie man diese kommuniziert.⁶⁵

Das Forscher-Team von Kwon geht ebenfalls thematisch in diese Richtung, konzentriert sich dabei allerdings beim Thema Gesundheitskommunikation auf die Ernährung und wie

⁵⁷ Vgl. Dunbar et al., 2012: S.469f

⁵⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁹ Vgl. Dunbar et al., 2012: S.485f

⁶⁰ Vgl. Ebd.

⁶¹ Vgl. Montague, 2012: S.397f

⁶² Vgl. Ebd.

⁶³ Vgl. Lee, 2009: S.48

⁶⁴ Vgl. Lee, 2009: S.49f

⁶⁵ Vgl. Ebd.

sich Ernährungsstile und –einstellungen von der medialen und interpersonalen Kommunikation beeinflussen lassen.⁶⁶

Es gibt wissenschaftliche Artikel zum Verhältnis von *medialer zur interpersonalen Kommunikation*.

Eine interdisziplinäre Richtung schlägt die Studie von Hunt, Atkin und Krishnan ein. Sie untersuchen den Zusammenhang zwischen computer-vermittelter Kommunikationsangst und den Motiven der Facebooknutzung.⁶⁷ Ausgehend von zahlreichen Studien über Kommunikationsangst einzelner Menschen werden diese Überlegungen in einem computer-vermittelten Kommunikationssetting angewandt und in Verbindung zu den Motiven der Nutzung von Social Media Diensten, wie Facebook, gebracht.⁶⁸

Das Ergebnis dieser Studie fassen die Autoren so zusammen, dass Probanden mit hoher Kommunikationsangst keinen stärkeren Nutzen durch virtuelle Kommunikation auf Facebook verspüren.⁶⁹ Viel eher wurde festgestellt, dass Unterhaltung sowie Ablenkung bei Probanden mit hoher Kommunikationsangst die hauptsächlichen Nutzungsmotive von sozialen Netzwerken wie Facebook sind. Diese Tatsache kann vor allem auf die hohe Dichte an Interaktionen mit Spielen oder Apps zurückgeführt werden.⁷⁰

Eine weitere Dimension, die im Rahmen der interpersonalen Kommunikation im virtuellen Kontext untersucht worden ist, ist die der Kontaktpflege und wie sich jene in Zeiten von computer-vermittelter Kommunikation managen lässt.⁷¹ Houser et al. referieren in ihrer Studie darüber, dass der E-Mail Verkehr zwischen Verwandten und Familie als ein häufiges Kontaktmanagementtool gesehen wird, während für den Kontakt zu Freunden Social Media Plattformen wie Facebook bevorzugt werden.⁷² Die Autoren eruierten außerdem einen geschlechtsspezifischen Unterschied, der besagt, dass Frauen eher auf computer-vermittelte Kommunikation zurückgreifen, um Kontakte zu pflegen.⁷³

Ganz im Stile von Werner Früh und dem dynamisch-transaktionalen Ansatz verfasst Alina Nechita einen Aufsatz über Massen-Selbst-Kommunikation, wobei sie die Phänomene der Individualkommunikation mit der Massenkommunikation vereint.⁷⁴ Im Mittelpunkt dieses Aufsatzes steht die Annahme, dass die Kernfunktionen des Internets,

⁶⁶ Vgl. Kwon et al., 2013: S.3ff

⁶⁷ Vgl. Hunt et al., 2012: S.188

⁶⁸ Vgl. Hunt et al., 2012: S.188ff

⁶⁹ Vgl. Hunt et al., 2012: S.198f

⁷⁰ Vgl. Ebd.

⁷¹ Vgl. Hierzu Houser et al., 2012: S.34f

⁷² Vgl. Houser et al., 2012: S.40f

⁷³ Vgl. Ebd.

⁷⁴ Vgl. Nechita, 2012: S.29ff

„Vernetzen“ und „Interaktion“, eine neue Form von (reflexiven) Medien erlauben, welche sich selbst bedingen und durch das Netzwerk von einer komplexen (technischen) Umwelt abhängen.⁷⁵ Das „Self“ ist dabei das Individuum, das überall auf der Welt einen Server betreiben kann und somit einen technischen Kanal für das Medium anbietet oder auch Inhalte produziert und publiziert.⁷⁶ Die Kommunikation vollzieht sich interpersonal zwischen Betreibern von Servern, Anbietern, Peer-2-Peer Funktionen sowie simplen Feedbackmechanismen.⁷⁷

Social Media wird auch im *politischen Kontext* genauer untersucht. So befassen sich Himmelboim et al. mit Social Media und welche Möglichkeiten des politischen Engagements sich dadurch ergeben.⁷⁸ Die Autoren arbeiten also die Vorteile von jenen virtuellen Plattformen heraus und leiten daraus positive Effekte wie Informationsvertrauen und politische Offenheit ab.⁷⁹ Die interpersonale Kommunikation wird von ihnen als Konstante gesehen, die, obwohl sie technisch-vermittelt wird, ein Zugehörigkeitsgefühl zur politischen Gruppe ermöglicht.⁸⁰

Studien zur *interkulturellen Kommunikation* lassen sich ebenfalls anführen.

Eine interessante Perspektive, die stärker den kulturellen und geographischen Aspekt von interpersonaler Kommunikation berücksichtigt, liefert Professor Ringo Ma der Baptist University of Hong Kong. Das Phänomen der interpersonalen Kommunikation bezeichnet er als „guanxi“ und erklärt damit einen Dachbegriff für Verbindung, Gemeinschaft, Kommunikation und Beziehung.⁸¹ In seiner Studie visualisiert Ringo Ma die chinesische Einstellung zur Kommunikation, zur Verständigung, dem Gemeinschaftssinn und inkludiert die zwei wichtigen Komponenten der Meditation und Spiritualität.⁸² In Kernzügen lässt sich „guanxi“ folgendermaßen charakterisieren: Die Manifestation des Selbst gegenüber dem Anderen, das Suchen nach Harmonie, das Sich-Klar-Werden von Zielen und die professionelle sowie tiefsinnige Umgangsart mit anderen Menschen.⁸³ Interessant und relevant ist dies auch in Bezug auf das Entstehen interkultureller Konfliktpotenziale, wenn westliche Wirtschaftsinteressen mit westlichem

⁷⁵ Vgl. Nechita, 2012: S.31f

⁷⁶ Vgl. Ebd.

⁷⁷ Vgl. Nechita, 2012: S.33fff

⁷⁸ Vgl. Himmelboim et al., 2012: S.92fff

⁷⁹ Vgl. Ebd.

⁸⁰ Vgl. Himmelboim et al., 2012: S.96f

⁸¹ Vgl. Ma, 2011: S. 25f

⁸² Vgl. Ebd.

⁸³ Vgl. Ma, 2011: S. 31f

Kommunikationsstil auf die chinesische Lebensphilosophie treffen.⁸⁴

Die *Motivationsforschung* ist eine der häufigsten Forschungszweige, wenn es um das Thema der interpersonalen Kommunikation geht. Autoren wie Hullman et al. widmen der nonverbalen Kommunikation einen Artikel und versuchen darin herauszufinden wie interpersonale Kommunikation mithilfe von Motivation vermittelt werden kann.⁸⁵ Kommunikationsinhalte sind für die Autoren relational. Ferner sind sie in einen sozialen Kontext eingebettet und dynamisch.⁸⁶ Diese relationale Charakteristik wird in nahezu jedem Kommunikationsakt zwischen zwei Kommunikationspartnern nonverbal mitvermittelt.⁸⁷ Motive wie Kontrolle, Zugehörigkeit und Zuneigung gehen konform mit den nonverbalen Elementen des Kommunikationsaktes, so das Ergebnis der Autoren.⁸⁸

Jang und Tian untersuchen auf der anderen Seite, wie Informationsbeschaffung und Kommunikationsaktivität bei intimen Beziehungspartnern funktionieren, wenn jene eine kritische Situation erleben, die Unsicherheit verursacht.⁸⁹ Sie stellen unterschiedliche Kommunikationsmodi vor und notieren die grundlegende Tendenz, dass beide Kommunikationspartner mehr oder weniger aktiv nach Information suchen, um der Unsicherheit entgegenzuwirken.⁹⁰ Die Kommunikationsaktivität zwischen beiden Partnern sei hingegen vom Konfrontationstypus der jeweiligen Personen abhängig. So gäbe es Typen, die die Unsicherheit aktiv besprechen wollen und andere, die eher ausweichend reagieren.⁹¹

Einen einzigartigen Zugang zur interpersonalen Kommunikation wählen die Forscher Moeller et al.. Sie untersuchen das vorher genannte Phänomen im Blickwinkel der emotionalen Kälte.⁹² Unter emotionaler Kälte verstehen die Autoren jene Personen, die im interpersonalen Austausch mit anderen keine Kompromisse eingehen, grundsätzlich weniger soziale Kontakte pflegen, ihren eigenen Standpunkt vehement einbringen und andere Menschen eher feindlich und als Konkurrenten einschätzen.⁹³ Erkenntnisse dieser Studie sollen dabei helfen den Umgang mit Personen, die unter emotionaler Kälte leiden,

⁸⁴ Vgl. Ebd.

⁸⁵ Vgl. Hullman et al., 2012: S.1ff

⁸⁶ Vgl. Ebd.

⁸⁷ Vgl. Ebd.

⁸⁸ Vgl. Hullman et al., 2012: S.5f

⁸⁹ Vgl. Jang/Tian, 2012: S.235

⁹⁰ Vgl. Jang/Tian, 2012: S.246ff

⁹¹ Vgl. Ebd.

⁹² Vgl. Moeller et al., 2012: S.704

⁹³ Vgl. Ebd.

zu erleichtern und die Leser für das Thema zu sensibilisieren.⁹⁴

Abschließend seien noch Studien zum großen Themenblock der *Organisationskommunikation* zu erwähnen. So beschäftigt sich Burnside-Lawry mit dem Zuhören der Chefetage als Erfolgsmerkmal bei Firmenkommunikation.⁹⁵ DeKay mahnt, dass interpersonale Kommunikation im Organisationssektor, sowie bei professionellen Unternehmen, kaum erforscht worden ist und weist auf potentielle Forschungsmöglichkeiten hin.⁹⁶ Hynes wiederum trägt mit ihrer qualitativen Studie zur Verbesserung interpersonaler Kommunikation innerhalb eines Unternehmens bei und entwirft einen Werkzeugkasten, der die Unternehmenskommunikation auf bessere Wege leiten soll.⁹⁷ Jain wählt die Unternehmensstrategie als Ausgangspunkt und illustriert wie man diese am effektivsten in alle Bereiche des Unternehmens zugänglich machen kann.⁹⁸ Schließlich untersuchen Keyton et al. verbale Gesprächssituationen der Arbeiter eines Unternehmens und lassen daraus Persönlichkeitstypologien erstellen.⁹⁹

1.3.3. Forschungsstand – Deutschsprachige Literatur

Für den Zeitraum zwischen 2011-2013 wurden über Ebsco und dem Metalib Dienst der Universitätsbibliothek Wien über 1000 Artikel gefunden, die mit interpersonal communication zu tun haben. Einige Studien wurden für den Forschungsstand dieser Arbeit ausgewählt. Es folgt daher eine knappe Übersicht über den Forschungsstand der interpersonalen Kommunikation in der deutschsprachigen Forschungslandschaft. Vorab sei zu erwähnen, dass die Rechercheergebnisse von ihrem Umfang deutlich geringer ausgefallen sind, als erwartet.¹⁰⁰

Ähnlich wie bei den amerikanischen Kollegen ist in der Publizistik ein Aufsatz zum Thema *Beziehungsmanagement* von Partnerschaften in sozialen Netzwerken erschienen.¹⁰¹ Die Autoren dieses Aufsatzes befassen sich mit

⁹⁴ Vgl. Moeller et al., 2012: S.718ff

⁹⁵ Vgl. Burnside-Lawry, 2012: S.102ff

⁹⁶ Vgl. DeKay, 2012: S.449f

⁹⁷ Vgl. Hynes, 2012: S.466ff

⁹⁸ Vgl. Jain, 2012: S.109ff

⁹⁹ Vgl. Keyton, 2013: S.153f

¹⁰⁰ Für die Recherche wurden Begriffe wie interpersonale Kommunikation, als auch interpersonelle Kommunikation, sowie zwischenmenschliche Kommunikation und face 2 face Kommunikation eingegeben.

¹⁰¹ Vgl. Fahr/Graf, 2013: S.290f

Partnerschaftskommunikation und wie sich das soziale Netzwerk Facebook auf das Beziehungsverhalten beider Partner auswirken kann.¹⁰² Dabei werden Vergleiche hergestellt, wie sich die Kommunikation über Facebook im Gegensatz zur Face-2-Face Kommunikation von Paaren unterscheidet. Reflektiert werden auch nonverbale Aspekte und die physikalische Nähe der beiden Partner.¹⁰³

Die meisten Aufsätze, die man in der deutsch-sprachigen Kommunikationsforschung zum Thema interpersonale Kommunikation findet, befassen sich mit dem *Verhältnis von Massenmedien zur interpersonalen Kommunikation*.

Gehrau und Goertz haben in ihrem Aufsatz die interpersonale Kommunikation als Untersuchungsgegenstand in Bezug auf Medieninhalte bestimmt.¹⁰⁴ Ausgehend von der Agenda-Setting Theorie untersuchen die Autoren, wie sich Gespräche über Medien in einem Zeitrahmen von 10 Jahren verändert haben und kommen zu dem Befund, dass sowohl Fernseh- als auch Internetinhalte mehr als die Hälfte des interpersonalen Gesprächsstoffes ausmachen.¹⁰⁵ Ziel dieser Studie ist es, den Einbezug von interpersonaler Kommunikation in der Medienwirkungsforschung zu verstärken, da die Autoren unter Berücksichtigung des Uses-And-Gratification Ansatzes davon ausgehen, dass Mediennutzer Medieninhalte aktiv rezipieren.¹⁰⁶

Sowohl Denise Sommer als auch Rudolf Stöber beschäftigen sich in ihren beiden Studien mit Anschlusskommunikation, welche als Kommunikationsprozess verstanden wird, der (meist) interpersonal vollzogen wird und sich mit den rezipierten Medieninhalten befasst.¹⁰⁷ Stöber konzentriert sich in seiner Studie auf das Verständnis von Medieninhalten, Information und wie man als Rezipient mithilfe von Anschlusskommunikation zu einem besseren Verständnis der aufgenommenen Informationen kommen kann.¹⁰⁸ Sommer hingegen untersucht, ob die Nachrichtenfaktoren in Gesprächen über Medien auftreten und in welchem Ausmaß sie dies tun.¹⁰⁹

Andreas Elter untersucht das Phänomen der computer-vermittelten interpersonalen Kommunikation im Themenkontext der Landtagswahlen von 2011. Methodisch geht er

¹⁰² Vgl. Fahr/Graf, 2013: S.289

¹⁰³ Vgl. Fahr/Graf, 2013: S.292ff

¹⁰⁴ Vgl. Gehrau/Goertz, 2010: S.154

¹⁰⁵ Vgl. Gehrau/Goertz, 2010: S.153

¹⁰⁶ Vgl. Gehrau/Goertz, 2010: S.155ff

¹⁰⁷ Vgl. Sommer, 2012: S.382ff und Stöber, 2011: S.307

¹⁰⁸ Vgl. Stöber, 2011: S.307ff

¹⁰⁹ Vgl. Sommer, 2012: S.382

mit einer quantitativen Inhaltsanalyse von Social Media Aktivitäten der Parteien nach der Bundestagswahl 2009 in Deutschland bis zu den Landtagswahlen 2011 vor.¹¹⁰ Dabei stellt Elter fest, dass kurz vor der jeweiligen Wahl die Social Media Aktivitäten der Parteien unabhängig ihrer Orientierung rasant anstiegen.¹¹¹ Parteien fördern die Partizipation, Interaktion und den Dialog mit den Wählern, allerdings fällt es schwer aus der Qualität der Daten von Interaktion und des Dialogs Schlüsse zu ziehen.¹¹²

Zwei Studien befassen sich thematisch mit *familiärer Kommunikation* im Kontext der Mediennutzung. Während die Forschergruppe um Sabine Feierabend die interpersonale Kommunikation nicht erwähnt, sondern die Konzentration stärker auf die Mediennutzung von Kindern lenkt, setzen Ebert et al. die Mediennutzung der Familie in Verbindung mit der innerfamiliären Kommunikation.¹¹³ Ebert et al. sehen Familie als ein soziales System, das auf eine bestimmte Art und Weise Medien aktiv rezipiert und verarbeitet.¹¹⁴ Medieninhalte sind ein zentraler Gesprächsstoff der innerfamiliären und somit interpersonalen Kommunikation und gehören zum familiären Alltag.¹¹⁵

Das Medienjournal hat einen ganzen Band der interpersonalen Kommunikation gewidmet. Da dieser Band im Jahr 2010 publiziert wurde, gilt der darin enthaltene Forschungsstand nicht mehr als sehr aktuell. Dennoch soll er an dieser Stelle skizziert werden. Christian Wiesner hat in jenem Band einen Beitrag aus analytischer Perspektive über die *Aus-, Fort- und Weiterbildung* im Bereich der zwischenmenschlichen Kommunikation verfasst und führt den Leser in das Thema der interpersonalen Kommunikation ein.¹¹⁶

Denise Sommer stellt das Konzept der *Anschlusskommunikation* vor und postuliert einen integrativen Ansatz der interpersonalen Kommunikation für Forschungsbemühungen in der Massenkommunikation.¹¹⁷

Michael Leitner referiert über non-verbale *Kommunikationsdefizite* von Politikern und exemplifiziert diese an den Auftritten in Fernsehdiskussionen.¹¹⁸

Lisa-Maria Hopfer vermutet in ihrer Studie, dass interpersonale Kommunikation *Ungewissheit von neuen Mitarbeitern in Medienunternehmen reduziert* und geht dabei

¹¹⁰ Vgl. Elter, 2013: S.206ff

¹¹¹ Vgl. Elter, 2013: S.215ff

¹¹² Vgl. Ebd.

¹¹³ Vgl. Feierabend et al., 2012 sowie Ebert et al., 2012: S.189ff

¹¹⁴ Vgl. Ebert et al., 2012: S.197ff

¹¹⁵ Vgl. Ebd.

¹¹⁶ Vgl. Wiesner, 2010: S.4ff

¹¹⁷ Vgl. Sommer, 2010: S.20f

¹¹⁸ Vgl. Leitner, 2010: S.32

konkret auf den Beruf des Journalisten ein.¹¹⁹

1.4. Forschungsleitende Fragen und Methodendesign

Diese Magisterarbeit ist eine theoretische Arbeit und soll Erkenntnisse über das Problem aus der Recherche zum Thema gewinnen. Demnach handelt es sich um eine Literaturarbeit, welche als eine Auseinandersetzung mit jener verstanden werden kann und somit eine [...] „Darstellung, Gegenüberstellung und kritische Würdigung von Beiträgen [...] zu einer bestimmten Fragestellung [bedeutet; S.P.]“.¹²⁰ Im Rahmen dieser Literaturarbeit werden theoretische Positionen, Forschungsfelder und Themenkomplexe vorgestellt, logisch miteinander verknüpft und auf diese Weise eine Argumentationslinie erlauben. Da es sich nicht um eine empirische Arbeit handelt, werden keine Hypothesen gebildet. Die Forschungsfragen sind bewusst sehr einfach und allgemein formuliert und haben eher forschungsleitenden Charakter. Aufgrund von fehlender Literatur zum Thema „Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der Kommunikationswissenschaft“, ist es schwierig konkrete und genau definierte Forschungsfragen zu stellen.

1. **Forschungsleitende Frage:** Welche Ursachen hat der aktuelle Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der deutschen Kommunikationswissenschaft?
2. **Forschungsleitende Frage:** Welche Argumente gibt es, die für ein größeres kommunikationswissenschaftliches Engagement im Bereich der interpersonalen Kommunikation sprechen?

Beide forschungsleitenden Fragen werden in den jeweiligen Kapiteln beantwortet und im Abschlussstil dieser Arbeit kompakt zusammengefasst. Ziel dieser Arbeit ist es nicht Lösungen zu finden oder den Stellenwert der interpersonalen Kommunikation mit einer Allzweckformel in die Höhe zu treiben. Ferner ist es das Ziel eine Diskussion und Reflexion zu ermöglichen und auf den Zustand des Missstandes hinzuweisen.

¹¹⁹ Vgl. Hopfer, 2010: S.45f

¹²⁰ UTB – Online: Typen wissenschaftlicher Arbeiten. Abrufbar auf: <http://studium.utb.de/arbeiten-verfassen/typen-von-arbeiten/> (08.01.2014)

2. Interpersonale Kommunikation – Vom (menschlichen) Ursprung zum wissenschaftlichen Phänomen?

2.1. Definitionen

Im Rahmen dieser Magisterarbeit wurden für das Phänomen der interpersonalen Kommunikation unterschiedliche Definitionen aber auch Termini angeführt, die im Kern allerdings dasselbe meinen.¹²¹ Interpersonale Kommunikation ist ein sozialer Prozess mindestens zweier miteinander verkehrender Kommunikationspartner.¹²² In diesem sozialen Prozess wird eine Bedeutungsvermittlung mittels natürlicher Medien wie Sprache, Gestik, Mimik aber auch technischer Medien wie Telefon, E-Mail, Mikrofon, Computer etc. angestrebt.¹²³ Interpersonaler Kommunikation wird ein Prozesscharakter attestiert, der nicht linear zu denken ist, sondern dynamisch und wechselseitig.¹²⁴ Damit ist gemeint, dass im Kommunikationsakt beide Kommunikationspartner sowohl einen aktiven als auch einen passiven Part übernehmen, also sowohl Kommunikationssender, als auch Kommunikationsempfänger sein können.¹²⁵

Interpersonale Kommunikation ist alltäglich und omnipräsent. Paul Watzlawick hat dies mit folgenden Worten auf den Punkt gebracht: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“¹²⁶

Bestimmte Autoren gehen bei Kommunikation an sich von einem Totalphänomen aus, das alle gesellschaftlichen Bereiche von privater und öffentlicher Natur durchdringt.¹²⁷

Etymologisch gesehen, spricht man bei interpersonaler Kommunikation von einer Mitteilung (lat. communicatio) zwischen (lat. inter) Masken/Rollen (lat. persona / alt.gr. prosopon). Dabei geht um einen zirkulären, oft auch reziproken Austausch von Inhalten zwischen mindestens zwei kommunizierenden Menschen.¹²⁸

Burkart betont in diesem Zusammenhang den wesentlichen Aspekt, dass interpersonale Kommunikation als soziales Handeln zu verstehen ist. Dies impliziert, dass

¹²¹ Beispiele an dieser Stelle wären: interpersonelle Kommunikation, zwischenmenschliche Kommunikation, Individualkommunikation, informelle Kommunikation, Humankommunikation, nicht-mediatisierte Kommunikation.

Eine Zusammenfassung der Begriffe bietet das Vorwort des Medien Journals, Heft Nr.1/2010.

¹²² Vgl. Rothe, 2006: S.7f

¹²³ Vgl. Burkart, 2002. S.20f

¹²⁴ Vgl. Wiesner, 2010: S.13ff

¹²⁵ Vgl. Wiesner, 2010: S.5f

¹²⁶ Watzlawick, 1990 zit. nach Rothe, 2006: S.15

¹²⁷ Vgl. u.a. Kinnebrock, 2014 und Löffelholz/Quandt, 2004: S. 16fff

¹²⁸ Vgl. Schreiber, 1990: S.212

kommunikatives Handeln stets auf einen bestimmten Gesprächspartner ausgerichtet sein muss. Als primäres Ziel wird angestrebt Verständigung zu erzielen.¹²⁹ Weitere Kennzeichen von interpersonaler Kommunikation sind, laut Rothe, die (technischen) Kanäle, die genutzt werden, um zu kommunizieren. Sie unterscheidet dabei Face-2-Face Kommunikation als Urform aller menschlichen Kommunikationsarten gegenüber den (technisch) vermittelten und mittelbaren Kommunikationswegen.¹³⁰ Bei Face-2-Face Kommunikation befinden sich beide Kommunikationspartner in einem aktiven Kommunikationsprozess und sind ferner weder zeitlich noch räumlich voneinander getrennt.¹³¹ Dies erlaubt das Gefühl der Unmittelbarkeit, lässt Spielraum für nonverbale Elemente, wie Gestik, Mimik, Stimmungslagen und erlaubt es den Kommunikationspartnern in der Regel ihr Gespräch intensiver zu erleben, da durch ihre physische Präsenz mehr Sinne angesprochen werden, als nur der Hörsinn.¹³² Der Sinn von (interpersonaler) Kommunikation ist evolutionstheoretisch in der Entwicklung einer Arbeits- und Aufgabenhierarchie durch Sprache zu sehen, wodurch soziale Gruppen zu organisierten Stämmen wurden, denen durch Kommunikation einen Gemeinschaftssinn vermittelt wurde, der ein Überleben in einer sonst gefährlichen Umwelt ermöglichen konnte.¹³³

„Kommunikation wird als sensuelles Sprechen und Hören in humansoziales Verhalten hineinverlagert, als ursächliches Beeinflussen anderer Menschen.“¹³⁴

Die Humanistische Anthropologie sieht in der Kommunikationsfähigkeit die evolutionäre Antwort auf die mangelnde Instinkt- und Körperentwicklung des Menschen.¹³⁵ Durch die (soziale) Intelligenz ist der Mensch in der Lage die Umwelt nach seinen Bedürfnissen umzuformen, zu bearbeiten und so zu gestalten, dass im Endeffekt die primäre Gefahr durch eine reine Naturumwelt bis zu einem gewissen Grad eingedämmt werden kann.¹³⁶ Ethologen gehen ferner davon aus, dass durch die Fähigkeit zu Kommunizieren bei den Mitgliedern eines Stammes das Gefühl von Geselligkeit und Intimbindung erzeugt worden ist. Diese Bindung konnte wiederum für den Nachwuchs sorgen und stellt somit eine der wichtigsten Beziehungsarten bis in die Moderne der

¹²⁹ Vgl. Burkart, 2002: S.25f

¹³⁰ Vgl. Rothe: 2006: S.13

¹³¹ Vgl. Rothe, 2006: S.13ff

¹³² Vgl. Ebd.

¹³³ Rühl, 2008: S.153f

¹³⁴ Ebd.

¹³⁵ Vgl. Ebd.

¹³⁶ Vgl. Ebd.

Menschheit dar - die Mutter/Kind Beziehung in Form von Brutpflege.¹³⁷ Jegliche menschliche Beziehungen werden laut der social exchange theory deshalb geknüpft, weil man sich Belohnungen und Nutzen verspricht.¹³⁸ Aus diesen Beziehungen verspricht man sich Vertrauen, Zusammenhalt, Kooperation, Intimität, Unterhaltung, Gewinn, Sex und andere Werte.¹³⁹ Rühl warnt an dieser Stelle das menschliche Überleben zu Zeiten der Urbevölkerung und Stämme auf die Fähigkeit der Kommunikation zu reduzieren.¹⁴⁰ Es spielen natürlich mehr Faktoren, die zum evolutionären Fortschritt der Menschheit führen, eine Rolle als das bloße Kommunikationspotenzial.¹⁴¹

Rothe führt zusätzlich zur Face-2-Face Kommunikation eine Form der Kommunikation an, die sich technisch oder medial vermitteln lässt. Dazu zählt sie Kanäle wie das (Mobil-)Telefon, Faxgerät, Brief, Buch, Internet, darunter hauptsächlich E-Mail, Chat, Social Media, sowie Audio- und Video Konferenzen.¹⁴² Diese haben grundsätzlich den Vorteil, dass der Nutzer von der Zeit- und Raumperspektive relativ unabhängig ist und die Kommunikationsprozesse bis zu einem gewissen Grad auch nachverfolgt, gespeichert und aufgenommen werden können.¹⁴³ Ferner erlaubt „vermittelte“ Kommunikation sogenannte Kommunikationshilfen, wie z.B. Übersetzungen oder Wiederholungen, womit der Flüchtigkeit der verbalen interpersonalen Kommunikation entgegengewirkt werden kann.¹⁴⁴

2.2. Interdisziplinärer Charakter der interpersonalen Kommunikation aus einer historischen Perspektive

Friederike Rothe versucht die interpersonale Kommunikation als ein interdisziplinär untersuchbares Thema zu etablieren. Sie geht auf folgende Disziplinen ein: Sprachphilosophie, (Sozial-)Psychologie, Linguistik, Kommunikationswissenschaft, Anthropologie, Soziologie und Informationstechnologie.¹⁴⁵ Um den Rahmen dieser Magisterarbeit nicht zu sprengen, werden nur ausgewählte Ansätze an dieser Stelle

¹³⁷ Vgl. Rühl, 2008: S.152

¹³⁸ Vgl. Burton/Dimbleby, 1995: S. 123f

¹³⁹ Vgl. Ebd.

¹⁴⁰ Vgl. Rühl, 2008: S.152

¹⁴¹ Vgl. Ebd.

¹⁴² Vgl. Rothe, 2006: S.1f

¹⁴³ Vgl. Schreiber, 1990: S.129ff

¹⁴⁴ Vgl. Rothe, 2006: S.115ff

¹⁴⁵ Vgl. Rothe, 2006: S.78ff

vorgestellt, welche von den Anfängen, wo man darüber nachgedacht hat, was (interpersonale) Kommunikation für den Menschen bedeutet, bis zum heutigen Verständnis einen kleinen historischen Überblick liefern sollen.

Die ersten systematischen Gedanken zur (interpersonalen) Kommunikation fanden in der Antike statt. Platon verstand unter Kommunikation von Angesicht zu Angesicht das „Erfahren der Welt“.¹⁴⁶ Diese Erfahrung kann mit Rhetorik, Poetik und Dialektik als ein Argument vorgetragen und somit diskutiert werden und trägt zusätzlich zum sozialen und kollektiven Gedächtnis bei.¹⁴⁷ Sokrates entwickelte als Erster Gedanken und Überlegungen zum Phänomen des Dialogs und führt diesen als Methode ein, um Erkenntnisse abzusichern.¹⁴⁸ Die bedeutenden Philosophen der Antike gingen davon aus, dass sprachliche Begriffe und Definitionen von etwas abgeleitet werden und daher unbedingt Teil des Dialogs sein müssen, um beiden Dialogpartnern einen Erkenntnisgewinn zu ermöglichen.¹⁴⁹

Aristoteles führte als Künste die Rhetorik und Poetik ein und lieferte so, laut Rühl, erste wissenschaftliche Züge für das Studium von Kommunikation.¹⁵⁰ Mit aristotelischer Redekunst wurden dem Redner Werkzeuge in die Hand gegeben, die mehr als nur das bloße Überreden bedeuteten, sondern für unterschiedliche Lebenssituationen verschiedene Redearten definierten und somit in mehreren Gesellschaftsbereichen der Antike anwendbar erschienen.¹⁵¹

Francis Bacon näherte sich dem Phänomen der interpersonalen Kommunikation, indem er ihre Strukturen, Methoden und Auswirkungen untersuchte.¹⁵² Menschliche Erkenntnis sei Erzeugnis von Geist und Hand und gestaltete die Gegenwart und Zukunft der Gesellschaft.¹⁵³ Die klassischen Rhetoriktheorien der Antike bis hin zu Augustinus untersuchten kaum das Phänomen des Verstehens und der Rezeption. Bacon kritisierte diese Auffassung von Kommunikation und forderte empirisch zu beobachten, wie Konversationen den Wert der Wahrheit eher vorantrieben, als der Geist selbst.¹⁵⁴ Neben Galilei und Kepler war Francis Bacon noch zusätzlich ein Mitbegründer der theoretischen Erfahrungswissenschaften, denen auch die empirische Sozialwissenschaft zugeordnet

¹⁴⁶ Vgl. Rühl, 2008: S.14

¹⁴⁷ Vgl. Ebd.

¹⁴⁸ Vgl. Ebd.

¹⁴⁹ Vgl. Ebd.

¹⁵⁰ Vgl. Rühl, 2008: S.15f

¹⁵¹ Vgl. Ebd.

¹⁵² Vgl. Rühl, 2008: S.18

¹⁵³ Vgl. Ebd.

¹⁵⁴ Vgl. Rühl, 2008: S.19

werden kann.¹⁵⁵

Im 17. Jahrhundert, ganz im Zeichen der Aufklärung, spielte Kommunikation in Europa eine praktische Rolle für die Wissenschaft und die Gelehrtenwelt. Christian Thomasius brach den gängigen Wissenschaftskanon, der besagte, dass aristotelisch argumentiert und lateinisch gesprochen werden müsse, indem er das Luther-Deutsch als Wissenschaftssprache ausbaute und seine erste Vorlesung in der Landessprache hielt.¹⁵⁶ Thomasius argumentierte soziokulturell, so seien in der Muttersprache der Bezug zur Lebenspraxis und dessen moralische Begründung und Analyse besser erklärbar und leichter zugänglich.¹⁵⁷ Er versand sich als Reformator, der das universitäre System seiner Zeit kritisierte. Er appellierte an neue Kommunikationsstrukturen, durch die Wissen auch für Nicht-Gelehrte zugänglich gemacht werden sollte.¹⁵⁸ Man könnte an dieser Stelle durchaus die These aufstellen, dass Thomasius der Wegbereiter der modernen Wissenschaftskommunikation gewesen ist, deren Aufgabe es ist bis heute, komplexes Wissen einer Laienöffentlichkeit so zu präsentieren, dass es verständlich und gesellschaftsrelevant erscheint.

Symbolisch für Thomasius Einstellung zur Kommunikation und Wissenschaft sei das unten angeführte Zitat:

„Erst durch communicieren mit anderen in der Gesellschaft wird einer zum Menschen [...], der Mensch wäre ohne menschliche Gesellschaft nichts. [...] Ein Mensch müsste verderben / wenn sich andere Menschen nicht seiner annähmen. [...] Was wären ihm die Gedancken nütze / wenn keine anderen Menschen wären? [...] Die Gedanken sind eine innerliche Rede. Wozu brauchte er diese innerliche Rede / wenn niemand wäre, mit dem er seine Gedanken communiciren sollte?“¹⁵⁹

Kaspar Stieler schrieb als Sprachforscher Ratschlagbücher zum Thema Öffentlichkeit. Interpersonale Kommunikation sah Stieler im Zeitungskonsum. So solle die Zeitung als Hilfsmittel gesehen werden, um das persönliche Erleben im Kontext der sozialen Umwelt zu verstärken und so gesellschaftliche Themenbereiche als Mitglied der Gesellschaft zu besprechen.¹⁶⁰ Es galt: jeder sollte am Weltgeschehen teilnehmen können.¹⁶¹

¹⁵⁵ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon Online, Schlagwort: Erfahrungswissenschaft / Realwissenschaft (03.01.2014)

¹⁵⁶ Vgl. Rühl, 2008: S.20f

¹⁵⁷ Vgl. Ebd.

¹⁵⁸ Vgl. Ebd.

¹⁵⁹ Thomasius, 1995: S.89 zit. nach Rühl, 2008: S.22

¹⁶⁰ Vgl. Rühl, 2008: S.23f

Gewährleistet wurde dies durch das Zeitungslesen.¹⁶² Dabei gab es im 17. Jahrhundert nur einen geringen Anteil an Lesern, was vor allem an der nicht vorhandenen Lesekompetenz lag.¹⁶³ Deshalb galten auch das Vorlesen und die anschließende Debatte als wichtiges interpersonales Kriterium der Informationsbeschaffung.¹⁶⁴ Aus den Überlegungen von Stieler können Parallelen zum Phänomen der Anschlusskommunikation von Denise Sommer gezogen werden. Schließlich werden von aktiven Rezipienten Gespräche über Medieninhalte geführt, nachdem diese rezipiert wurden.¹⁶⁵

Im 18. Jahrhundert tätigte August Ludwig von Schlözer Überlegungen zum Kommunikationsbegriff aus geschichtswissenschaftlicher Perspektive und kam zu der Erkenntnis, dass historisches Wissen erst durch vernünftiges Erzählen von Ereignissen und anschließender Systematisierung generiert werden könne.¹⁶⁶ Wissenschaftlicher Fortschritt sei erst durch die Anschlusskommunikation möglich, in der sich Forscher über den historischen und sozialen Kontext von Wissen und Erkenntnis austauschen.¹⁶⁷ Ähnlich wie Stieler war Schlözer ein großer Freund von der Lektüre von Zeitungen und dem Gespräch über Zeitungsinhalte.¹⁶⁸

Immanuel Kant verkündete in seiner Philosophie, dass Begriffe und Kategorien im menschlichen Denken die Erkenntnis der Welt bestimmen und formen würden.¹⁶⁹ Die Welt „an sich“ sei dem Menschen nicht zugänglich, sinnliche Wahrnehmung und bereits Erfahrenes, sowie Begriffe der Vernunft, die mit anderen Menschen ausgetauscht würden, konstruierten die Welt, in der der Mensch leben würde.¹⁷⁰ Diese Welt ist ein gemeinsames Miteinander und Gegeneinander, eine Arena, in der Vernunft und Trieb gegeneinander kämpften und dadurch das menschliche Handeln bestimmten.¹⁷¹ Ausgehend von Manfred Rühls historischem Einblick über wichtige Denker zum Phänomen der (interpersonalen) Kommunikation werden nun prominente Vertreter der letzten 100 Jahre vorgestellt, die sich direkt oder indirekt mit interpersonaler Kommunikation befasst haben.

¹⁶¹ Vgl. Ebd.

¹⁶² Vgl. Ebd.

¹⁶³ Vgl. Ebd.

¹⁶⁴ Vgl. Ebd.

¹⁶⁵ Vgl. Sommer, 2010: S.21f

¹⁶⁶ Vgl. Rühl, 2008: S.24f

¹⁶⁷ Vgl. Ebd.

¹⁶⁸ Vgl. Ebd.

¹⁶⁹ Vgl. Rühl, 2008: S.28f

¹⁷⁰ Vgl. Ebd.

¹⁷¹ Vgl. Ebd.

Eines der am meist diskutierten und verbreitetsten Kommunikationsmodelle, sowohl für interpersonale als auch massenmediale Kommunikation, ist das Shannon-Weaver-Modell.¹⁷²

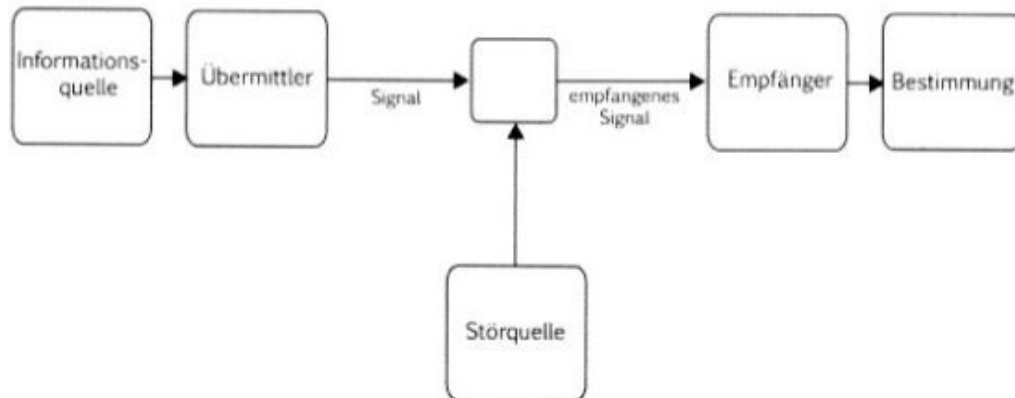


Abb. 1 Shannon-Weaver Kommunikationsmodell aus Rau, 2013: S.63

Dieses Modell stammt aus der Informationstheorie und erklärt auf ausführliche Art und Weise, wie ein gelingender Kommunikationsprozess abläuft und wie dieser aufgebaut ist.¹⁷³ Ursprünglich geht dieses Modell auf den Wunsch eines Ingenieurs einer amerikanischen Telefongesellschaft zurück. Jener fordert die Entwicklung eines möglichst einfachen Modells, das einen effizienten Weg aufzeigt elektrische Signale von einem Ort zum anderen zu übertragen.¹⁷⁴ Shannon definiert bei der Entwicklung des Kommunikationsmodells eines der fundamentalen Probleme von Kommunikation: Die möglichst exakte Reproduktion von Nachrichten/Inhalten an unterschiedlichen Orten.¹⁷⁵ Der mathematische und informationstheoretische Zugang zur Kommunikation annulliert semantische Aspekte von Nachrichten und reduziert Sender und Empfänger auf rein funktionale Elemente, ohne sozio-kulturellen Hintergrund.¹⁷⁶ Ferner wird Kommunikation von Shannon und Weaver in einer sehr breiten Fassung als „Kontakt“ definiert, um somit alle Kommunikationsprozesse zu berücksichtigen.¹⁷⁷ Wesentlich für dieses Modell ist der Informationsgehalt und dass dieser möglichst unverfälscht beim Empfänger ankommt.¹⁷⁸ Dabei wird die Informationsquelle, in dem Fall der Sender, über

¹⁷² Vgl. Rau, 2013: S.58f

¹⁷³ Vgl. Ebd.

¹⁷⁴ Vgl. Rau, 2013: S.60fff

¹⁷⁵ Vgl. Ebd.

¹⁷⁶ Vgl. Ebd.

¹⁷⁷ Vgl. Rothe, 2006: S.80f

¹⁷⁸ Vgl. Ebd.

ein technisches Medium, dem sogenannten Transmitter, in ein elektronisches Signal enkodiert, damit es über weite Strecken transportierbar ist. Vom Empfangsgerät wird es schließlich in eine Mitteilung dekodiert, welche letztendlich vom Empfänger wahrgenommen wird.¹⁷⁹ Störfaktoren wie Umweltbedingungen, technische Instabilitäten oder Rauschen können die Signalübertragung vermindern und somit den Kommunikationsprozess beeinträchtigen.¹⁸⁰

Harald Rau lobt die Errungenschaften der Ingenieure und preist ihr Modell als eine wichtige und wegbereitende Erkenntnis für weitere Forschungsbemühen. Allerdings kritisiert er, dass das semantische Entfremden von Mitteilungen, sowie das Ignorieren von sozio-kulturellen Faktoren, bezüglich der Sender und Rezipienten in der Kommunikationswissenschaft, so nicht stehen gelassen werden können.¹⁸¹ Ferner sei dieses Modell zu linear und statisch und würde die Kommunikationsdynamik nicht angemessen wiedergeben.¹⁸²

Aus der soziologisch-orientierten Wirkungsforschung stammt das Two-Step-Flow of Communication Model, welches von Katz und Lazarsfeld vorgestellt worden ist und Meinungsführer als interpersonale Schnittstelle innerhalb von Massenkommunikation eingeführt hat.¹⁸³

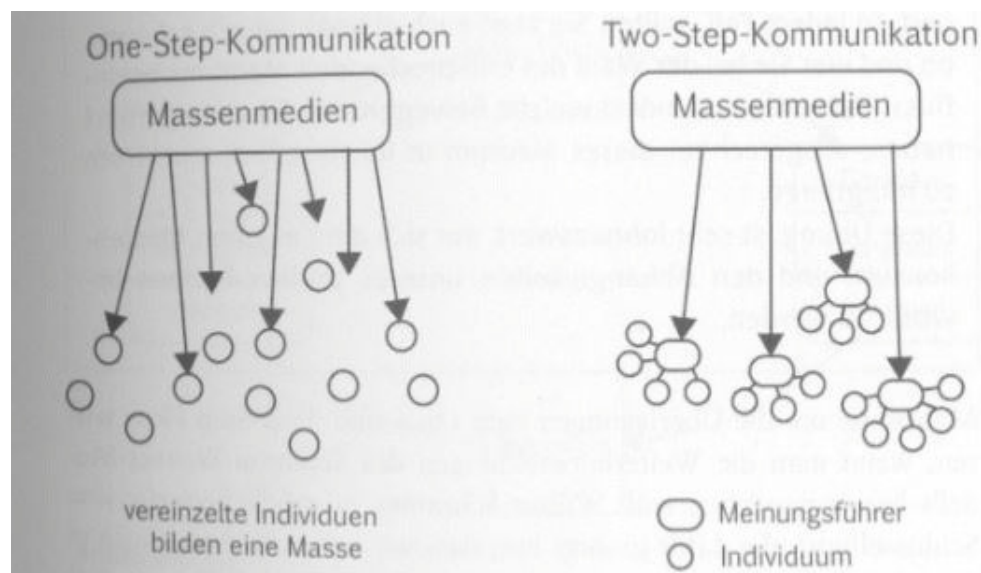


Abb. 2 One-Step-Flow vs. Two-Step-Flow of Communication aus Rau, 2013: S.75

¹⁷⁹ Vgl. Ebd.

¹⁸⁰ Vgl. Ebd.

¹⁸¹ Vgl. Rau, 2013: S.70fff

¹⁸² Vgl. Ebd.

¹⁸³ Vgl. Burkart, 2002: S. 208ff

Im Gegensatz zum eher behavioristischen Ansatz, dass Massenmedien Inhalte einer Masse an Individuen anbieten, kommt im Two-Step-Flow die soziologische Komponente der Gruppe und des Meinungsführers hinzu.¹⁸⁴ Massenmedien senden Inhalte, Meinungsführer haben einen intensiveren Kontakt mit diesen Inhalten und geben diese Inhalte hingegen an weniger medienaktive Individuen weiter.¹⁸⁵ Die Studien von Katz und Lazarsfeld befassen sich dabei mit politischen Themen und Aufgabe der Meinungsführer. Ziel ist es gewesen andere Menschen von ihrer (politischen) Meinung zu überzeugen oder ihnen als Ratgeber zu politischen Fragen zur Seite zu stehen.¹⁸⁶ Meinungsführer zeichnen sich durch ein höheres aktives interpersonales Kommunikationsverhalten aus und sind meistens geselliger.¹⁸⁷ Sie haben einen stärkeren Bezug zum Thema und werden oft auch als Experten angesehen.¹⁸⁸ Kritik an diesem Ansatz ist in der Form geübt worden, da es keine messbaren Unterschiede zwischen dem Prozess der Vermittlung einer Nachricht und dem Prozess der Überredung von den Meinungsführern gibt.¹⁸⁹ Zu der Zeit dominierten behavioristische Wirkungstheorien. Katz und Lazarsfeld definieren aber die Rezipienten mehr als aktive und handelnde Lebewesen, wenn auch hier primär die Rolle und Funktion der Meinungsführer gemeint ist.

¹⁸⁴ Vgl. Ebd.

¹⁸⁵ Vgl. Ebd.

¹⁸⁶ Vgl. Ebd.

¹⁸⁷ Vgl. Ebd.

¹⁸⁸ Vgl. Ebd.

¹⁸⁹ Vgl. Ebd.

Ausgehend vom Shannon/Weaver Model und inspiriert vom Two-Step-Flow of Communication Model hat Wilbur Schramm sich im Laufe seiner Karriere mit der Natur zwischenmenschlicher Kommunikation beschäftigt.

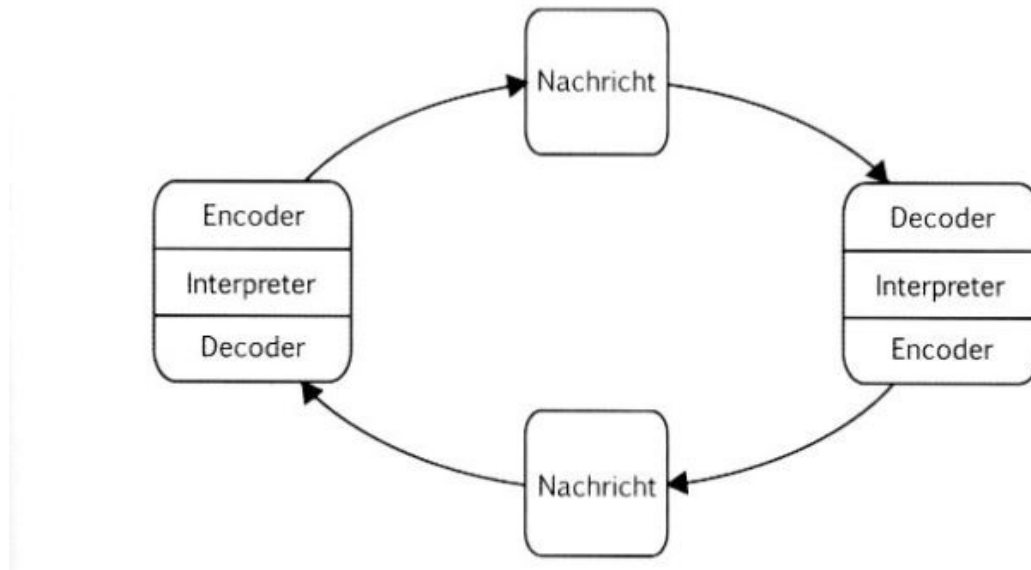


Abb. 3: Interpretationspotential von Sender und Empfänger nach Schramm aus Rau, 2013: S.77

Neben den von Weaver und Shannon postulierten Funktionen der Enkodierung und Dekodierung, entwirft Schramm einen kreislaufförmigen Kommunikationsprozess und attestiert den Kommunikationspartnern die Fähigkeit diese Nachrichten zu interpretieren.¹⁹⁰ Dadurch wird sowohl die semantische Komponente von Kommunikation in dem Modell integriert, als auch die wechselseitige Dimension von (interpersonaler) Kommunikation. Schramm verdeutlicht, dass Nachrichten mehr als nur eine Informationsfunktion haben, sie haben auch eine Bedeutungsfunktion.¹⁹¹ Diese Bedeutungsfunktion wird über die Interpretationsleistung der Kommunikationspartner gewährt und lässt so einen Gesprächskontext errahnen, aus dem sich weitere Kommunikationsoptionen ergeben.¹⁹²

Paul Watzlawick hat dank seiner interdisziplinär ausgerichteten Arbeit zum Thema Verhalten und Kommunikation die interpersonale Kommunikation in den Fokus seiner

¹⁹⁰ Vgl. Rau, 2013: S.77f

¹⁹¹ Vgl. Ebd.

¹⁹² Vgl. Ebd.

Forschung gestellt. In seinem Werk über menschliche Kommunikation behandelt er gängige psychologische und psychotherapeutische Theorien, allerdings im Kontext von Interaktion und Kommunikation.¹⁹³ Watzlawick vertritt die Annahme, dass das menschliche Verhalten erst durch kommunikative Beziehungen und Prozesse manifestiert werde und man als Wissenschaftler an dieser Stelle die Analyse und Forschung ansetzen solle.¹⁹⁴ Von dieser These ausgehend, stellt Watzlawick fünf Axiome vor, die ein Kalkül kommunikativer Regeln erschaffen.¹⁹⁵ Das Axiom der Unmöglichkeit nicht zu kommunizieren gilt als Basis, denn jedes soziale Verhalten des Menschen ist zugleich ein kommunikatives Verhalten.¹⁹⁶ Im Anschluss werden Inhalts und Beziehungsaspekte unterschieden und reflektiert.¹⁹⁷ Als drittes Axiom wird die Abhängigkeit der Beziehung von den subjektiv empfundenen Startpunkten der kommunikativen Prozesse gelistet.¹⁹⁸ Das vierte Axiom unterscheidet zwischen analogen und digitalen Kommunikationsmodi, während das letzte Axiom zwischen symmetrischen und komplementären Interaktionsformen differenziert.¹⁹⁹ Ausgehend von diesem theoretischen Konstrukt werden Kommunikationsprozesse systematisch analysiert und dargestellt.²⁰⁰ Die Studie von Watzlawick hat starke Resonanz in Psychologie und Kognitionswissenschaft geweckt, während die deutsche Kommunikationswissenschaft das Werk zurückhaltend aufgenommen und zumeist auf die fünf Axiome reduziert hat.²⁰¹

Watzlawicks Ausführungen haben zwei Wissenschaftler stark geprägt, die zum Abschluss dieses Kapitels noch Erwähnung finden.

Friedeman Schulz von Thun praktische und einfache Anleitung des „Miteinander Redens“ fußt auf Überlegungen von Shannon und Weavers Kommunikationsstörungen sowie den kommunikativen Interaktionsmodi von Watzlawick.²⁰²

¹⁹³ Vgl. Debatin, 2002: S.434ff

¹⁹⁴ Vgl. Ebd.

¹⁹⁵ Vgl. Ebd.

¹⁹⁶ Vgl. Ebd.

¹⁹⁷ Vgl. Ebd.

¹⁹⁸ Vgl. Ebd.

¹⁹⁹ Vgl. Ebd.

²⁰⁰ Vgl. Ebd.

²⁰¹ Vgl. Ebd.

²⁰² Vgl. Schulz von Thun, 1998: S. 13fff

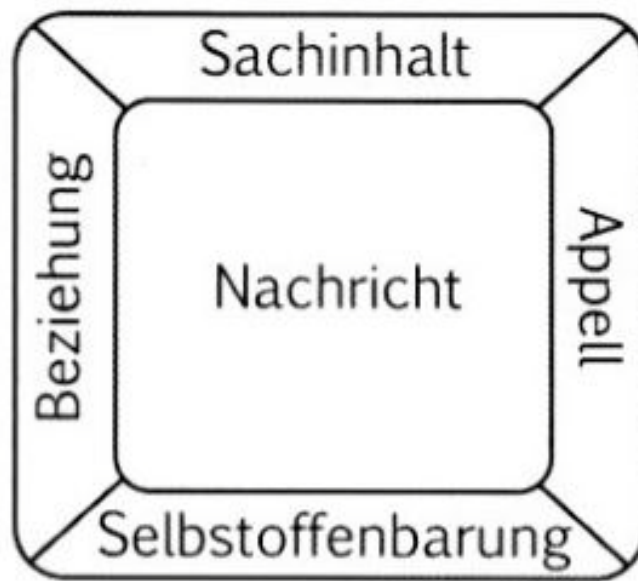


Abb. 4: Nachrichten-Quadrat Schulz von Thuns aus Rau, 2013: S.101

Schulz von Thuns Modell konzentriert sich primär auf die interpersonale Kommunikation und gilt als individuumszentrierter Ansatz.²⁰³ Ziel des Modells ist eine Verbesserung der Kommunikationssituation und eine Aufklärung und Beseitigung von möglichen Kommunikationsstörungen.²⁰⁴ Schulz von Thuns Ansatz bezieht sich stark auf die Kommunikationspraxis und setzt ohne theoretisch zu reflektieren voraus, dass Menschen grundsätzlich gut miteinander kommunizieren wollen.²⁰⁵ Daher ist dieses Modell als Hilfestellung für das Erreichen dieses Ziels zu sehen.²⁰⁶ Der Kommunikationsprozess wird ähnlich wie von Schramm als zirkulär gesehen. Sender und Empfänger sind in einem Kommunikationskreislauf, der durch eine mitgeteilte Nachricht vom Sender eingeleitet und durch eine Feedbackfunktion durch den Empfänger beim Erhalt der Nachricht erweitert wird.²⁰⁷

²⁰³ Vgl. Ebd.

²⁰⁴ Vgl. Ebd.

²⁰⁵ Vgl. Ebd.

²⁰⁶ Vgl. Ebd.

²⁰⁷ Vgl. Ebd.

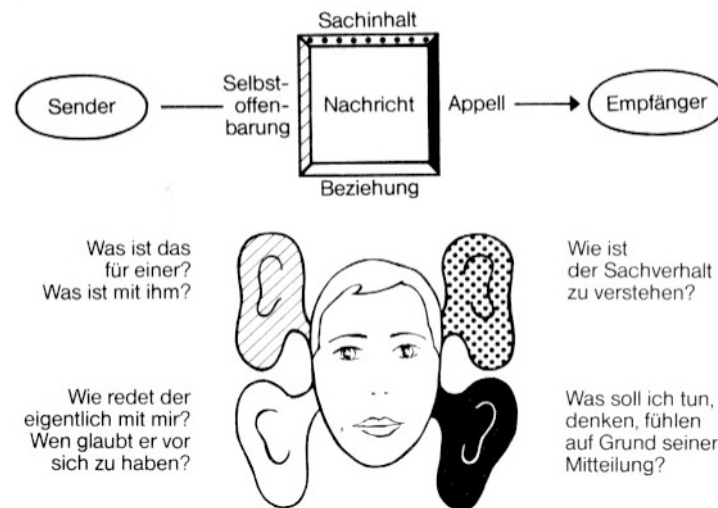


Abb. 5: Vierrohriger Empfänger aus Schulz von Thun, 1998: S.30 u. S45

Das Neue am Kommunikationsmodell von Schulz von Thun ist, dass mit jeder Nachricht mehr als bloß der reine Inhalt zwischen den Kommunikationspartnern ausgetauscht wird.²⁰⁸ Im sogenannten Nachrichten-Quadrat zählt der Autor vier zentrale Merkmale auf, die mit jeder Nachricht vom Sender an den Empfänger mitgeteilt werden. Der Sachinhalt bezeichnet Daten und Fakten, die in einer Nachricht enthalten sind und eine gewisse sachliche Neutralität aufweisen.²⁰⁹ Die Beziehungsebene wird vermittelt oder aufgenommen, um festzustellen, in welchem Verhältnis beide Kommunikationspartner zu einander stehen.²¹⁰ Der Appell ist gleichbedeutend mit einer Handlungsanweisung oder einem implizit oder explizit geäußerten Wunsch der Kommunikationspartner.²¹¹ Schließlich wird unter Selbstoffenbarung verstanden, welches Selbstverständnis der Gesprächspartner von sich hat und welche Werte, Gefühle und Interessen in der Mitteilung bewusst oder unbewusst vermittelt werden.²¹² Die Kritik an diesem Ansatz beruht auf der Theorienlosigkeit und der fehlenden Begründung von der Annahme, dass Menschen gut miteinander kommunizieren wollen.²¹³ Somit wird dem Modell von Schulz von Thun reine Normativität ohne theoretisches Fundament unterstellt.²¹⁴

Abschließend wird Karl Bühlers Organon Modell der Kommunikation als ein Einblick in

²⁰⁸ Vgl. Ebd.

²⁰⁹ Vgl. Schulz von Thun, 1998: S.26ff

²¹⁰ Vgl. Ebd.

²¹¹ Vgl. Ebd.

²¹² Vgl. Ebd.

²¹³ Vgl. Rothe, 2006: S.105

²¹⁴ Vgl. Ebd.

die Semiotik und Sprachtheorie vorgestellt. Dieses Modell erlaubt Kommunikation als einen mehrdimensionalen Prozess zu präsentieren.²¹⁵

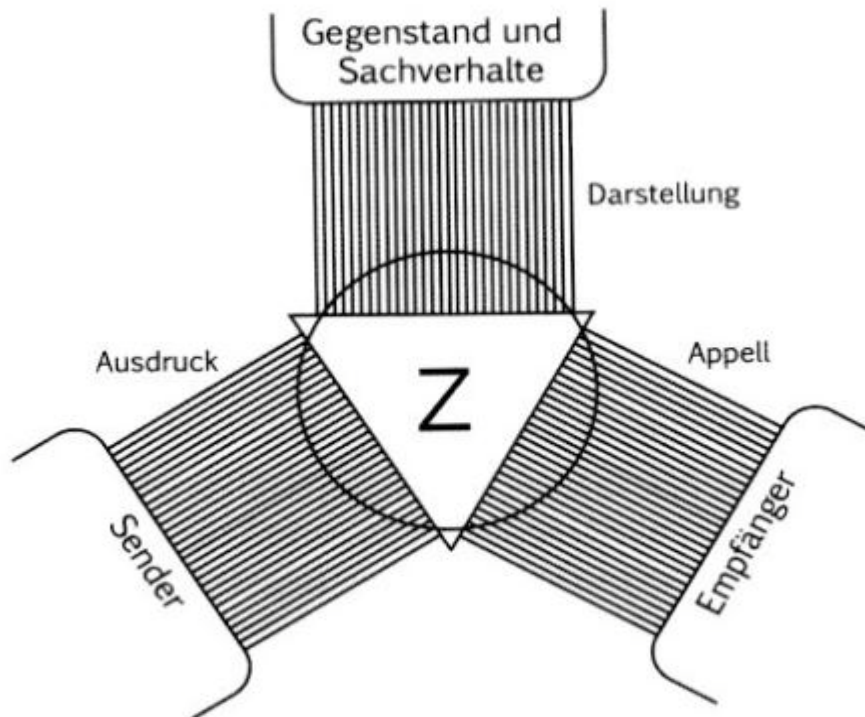


Abb. 6: Bühlers Organon Modell aus Rau, 2013: S.110

Dieses Modell ist nicht nur wegen der simplen Darstellung eines komplexen Kommunikationsvorgangs weit verbreitet, viel mehr erlaubt es eine Schnittstelle zwischen Kommunikationswissenschaft und Linguistik, da es den Prozess der Zeichen- und Begriffsbildung an die Sprache koppelt und dieser eine kommunikative Funktion zuspricht.²¹⁶ Sprache wird als Instrument gesehen, das zur Mitteilung von Botschaften zwischen Menschen benötigt wird.²¹⁷ Der Mittelpunkt der Sprache und somit auch jedes Kommunikationsaktes bildet das Zeichen.²¹⁸ Der Kreis steht, wenn man von Sprache ausgeht, für einen materiellen Zeichenträger.²¹⁹ Im Konkreten sind dies der Ton bzw. die Schallwellen.²²⁰ Das Dreieck um das Z bildet die Funktionen eines Zeichens ab:

²¹⁵ Vgl. Bühler, 1982: S.28ff

²¹⁶ Vgl. Ebd.

²¹⁷ Vgl. Ebd.

²¹⁸ Vgl. Ebd.

²¹⁹ Vgl. Ebd.

²²⁰ Vgl. Ebd.

„Ausdruck, Appell und Darstellung.“²²¹ Das Interessante ist, dass das Dreieck des Zeichens über den Kreis herausragt - dies ist von Bühler beabsichtigt. Damit zeigt er, dass die Defizite des materiellen Zeichenträgers nicht zur Gänze den Kommunikationsprozess beeinträchtigen, wenn z.B. der Gesprächsakt durch akustische Nebengeräusche gestört wird, so vervollständigt das Gehirn des Rezipienten das Gesprochene und versteht es in den meisten Fällen korrekt.²²² Umgekehrt gibt es Bereiche, in denen der Kreis über das Dreieck hinweg gezeichnet ist, was laut Bühler die Tatsache verdeutlichen soll, dass der gesamte Kommunikationsakt nicht nur durch das Zusammenwirken von Zeichenfunktionen und Schall zu erklären ist.²²³ Der Vorteil dieses Ansatzes liegt darin, dass Sprache nicht nur als ein Zeichensystem definiert wird, sondern relational zu Sender und Empfänger gesehen wird.²²⁴ Ferner erlaubt der Ansatz den Prozess des Verstehens mitzudenken, wobei nicht nur Zeichen verstanden werden, sondern auch die Beziehung, der Ausdruck und der Appell gedeutet und verstanden werden müssen.²²⁵ Somit erlaubt dieses Modell eine neue Perspektive, aus der man (interpersonale) Kommunikationsprozesse betrachten kann.

2.3. Interpersonale Kommunikation und Praxis – Perspektiven für die Zukunft

Kapitel 1.3 dieser Arbeit thematisiert den aktuellen Forschungsstand der interpersonalen Kommunikation und berücksichtigt dabei die internationale Forschungslage. Neben den zahlreichen Forschungsvorhaben und -möglichkeiten, die an dieser Stelle vorgestellt worden sind, konstatieren zahlreiche Forscher, dass interpersonale Kommunikation ein gesellschaftlich relevantes Forschungsfeld ist und es zahlreiche Schnittpunkte mit der Berufspraxis gibt.²²⁶ Doch bevor interpersonale Kommunikation aus der Sicht der Praxis vorgestellt wird, wird ein Perspektivenvorschlag, wie interpersonale Kommunikation untersucht werden kann, eingeschoben. So unterscheiden Burton und Dimpleby drei

²²¹ Ebd.

²²² Vgl. Ebd.

²²³ Vgl. Ebd.

²²⁴ Vgl. Ebd.

²²⁵ Vgl. Ebd.

²²⁶ Vgl. Dailey/Le Poire, 2006: S3f

wichtige Zugänge, welche keinen exklusiven, also sich ausschließenden Charakter haben, sondern auch kombiniert werden können:

- **Die Prozessperspektive:** Kommunikation wird im Kern als Prozess verstanden zwischen dem Selbst, dem Ich und den Anderen, dabei wird intrapersonale Kommunikation ebenfalls als gedankliches Gespräch mit sich selbst berücksichtigt.²²⁷ Diese Perspektive ist in der interpersonalen Kommunikationsforschung sehr verbreitet und verfolgt den Zweck zu erklären, welche Gründe es für das Initiieren von interpersonaler Kommunikation gibt und wie diese beschaffen ist bzw. welche Rahmenbedingungen erfüllt sein müssen.²²⁸ Interpersonale Kommunikation wird als ein dynamischer, aktiver und kontinuierlicher Prozess verstanden, dessen Inhalte irreversibel geäußert werden.²²⁹ Der soziale Kontext und die physische Präsenz der Kommunikationspartner werden als wesentlicher Bestandteil dieses Prozess anerkannt.²³⁰
- **Der Semiotische Zugang:** Ursprünglich eine Perspektive, die die Linguistik und Sprachwissenschaft gerne anwendet. Diese wird in der interpersonalen Kommunikation für das Phänomen der Bedeutungszuweisung von Symbolen angewendet.²³¹ Man geht davon aus, dass das Bild des Kommunikationspartners auf Basis der von ihm vermittelten Symbole dekodiert und interpretiert wird. Die Autoren schließen daraus, dass Kommunikation und Interaktion einen Austausch von Zeichen und Symbolen im sozialen Kontext bedeuten.²³² Dabei wird nicht nur der Sprache als ein Medium ein Code attestiert, welcher als Rahmen für die Zeichenbildung und –nutzung fungiert, sondern es werden auch technischen Kanälen unterschiedliche Kodifizierungsmöglichkeiten von Zeichen zugesprochen.²³³ Somit steht das Enkodieren und Dekodieren von Zeichen im Mittelpunkt dieser Perspektive. Diese Kodierung wird von sprachlichen oder technischen Rahmenbedingungen umfasst und setzt sich mit der Interpretationsleistung der Kommunikationspartner auseinander.²³⁴

²²⁷ Vgl. Burton/Dimbleby, 1995: S.236f

²²⁸ Vgl. Ebd.

²²⁹ Vgl. Ebd.

²³⁰ Vgl. Ebd.

²³¹ Vgl. Burton/Dimbleby, 1995: S.239f

²³² Vgl. Ebd.

²³³ Vgl. Ebd.

²³⁴ Vgl. Ebd.

- **Die Cultural Studies Perspektive:** Kommunikation ist ein Instrument der eigenen, aber auch sozialen und kulturellen Identität.²³⁵ Die Sichtweisen, welche das Individuum von der Welt, von sich selbst und vom Anderen hat werden in jeder Kommunikationshandlung vermittelt und sorgen so für eine Konfrontation mit den Ansichten des Kommunikationspartners und führen damit zu einer Auseinandersetzung über den Status Quo.²³⁶ Dieser Ansatz vertritt die Ansicht, dass Stereotype, Vorurteile und Zugehörigkeitsansprüche von Individuen das Gesprächsmuster im hohen Maße bestimmen.²³⁷ Das Individuum, welches sich als Mitglied von unterschiedlichen sozialen Gruppen begreift und einer oder mehreren Kulturen angehört, ist Ausgangspunkt der Überlegungen von Cultural Studies.²³⁸ Sein Verhältnis zur sozialen Umwelt wird notwendigerweise als Prämisse für die Kommunikationshandlung gesehen.²³⁹ Der Ansatz orientiert sich stark an Konflikten und untersucht Bedingungen, an denen (interpersonale) Kommunikation zu scheitern droht.²⁴⁰

Es folgt nun ein Überblick über Anwendungsgebiete von interpersonaler Kommunikationsforschung und wie sie in der Praxis umgesetzt werden kann. Um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen - in Kapitel 1.3 wurde bereits ausführlicher der Forschungsstand dargelegt und unterschiedliche Ausprägungen von interpersonaler Kommunikation geschildert - dient dieses Kapitel als Orientierung und verweist auf weiterführende Literatur.

Ein zentrales Thema, welchem sich die interpersonale Kommunikationsforschung annimmt, ist die *innerfamiliäre Kommunikation*. Dabei stehen sowohl Beratung als auch Information und Hilfestellungen als wichtige interpersonale Kommunikationstools den Kommunikationsexperten zur Verfügung.²⁴¹ Familie wird dabei in allen Existenzstadien berücksichtigt. Von Beziehungsproblemen, zur vorehelichen Unsicherheit bis zur Ehe und den Konfliktmöglichkeiten, sowie das Erweitern der Familie durch Nachwuchs bis

²³⁵ Vgl. Burton/Dimbleby, 1995: S.244ff

²³⁶ Vgl. Ebd.

²³⁷ Vgl. Ebd.

²³⁸ Vgl. Ebd.

²³⁹ Vgl. Ebd.

²⁴⁰ Vgl. Burton/Dimbleby, 1995: S.247f

²⁴¹ Vgl. Caughlin/Huston, 2006: S.11fff sowie Afifi/McManus, 2006: S.67ff

zur Scheidung und Erziehung und schließlich auch der Eintritt des Todes von Familienmitgliedern; all das ist Gegenstand der interpersonalen Familienkommunikation.²⁴² Die Autoren kritisieren, dass Familien kaum wissen, wie sie effektiv miteinander kommunizieren können und es ferner unterschiedliche Erziehungsstile der Familiengründungsparteien gibt, welche zur dysfunktionalen Kommunikation in der „neuen“ Familie führen können.²⁴³ Interpersonale Familienkommunikation kann helfen Perspektiven aufzuzeichnen, Konflikte und Probleme transparent zu machen und Methoden und Lösungswege anzubieten, welche die Kommunikation innerhalb der Familie verbessern können.²⁴⁴

Interkulturelle Kommunikation ist zu Zeiten der Globalisierung ein weitverbreitetes Phänomen und damit auch als wichtiger Bestandteil der interpersonalen Kommunikation zu verstehen. Während jedes Individuum für sich gesehen eine einzigartige Entwicklung und Sozialisation erlebt hat, kommt der Faktor einer unterschiedlichen Kultur und damit auch unterschiedlichen Wert- und Normvorstellungen in den Vordergrund von interkulturellen Kommunikationshandlungen.²⁴⁵ Interkulturelle Kommunikationsexperten können bei Konfliktfällen intervenieren oder als Mediatoren fungieren. Sie können dabei präventiv oder deeskalierend wirken und den Kommunikationsprozess zwischen zwei Kommunikationspartnern aus unterschiedlichen Kulturen verbessern.²⁴⁶ Dabei spielt auch das Größenniveau bzw. die Bedeutung der interkulturellen Gespräche eine Rolle, so können Kommunikationsexperten auf einer *Mikro-Ebene* ansetzen und beispielsweise Konflikte innerhalb von Beziehungen zwischen zwei Personen unterschiedlicher Kulturkreise besprechen.²⁴⁷ Auf der *Meso-Ebene* können Kommunikationsexperten zwischen unterschiedlichen Firmen beispielsweise vermitteln und als Mediatoren somit Verträge aushandeln oder einzelnen Unternehmen Auskunft darüber geben, welche Gesetze, Werte und Normen es in dem Land gibt, in welches das Unternehmen expandieren möchte.²⁴⁸ Auf der *Makro-Ebene* könnten Kommunikationsexperten zwischen Staatspersonen oder Diplomaten vermitteln und als unterstützende Kraft bei Verhandlungen oder Konflikten fungieren.²⁴⁹

²⁴² Vgl. Dailey/Le Poire, 2006: S.7f

²⁴³ Vgl. Ebd.

²⁴⁴ Vgl. Ebd.

²⁴⁵ Vgl. Kim, 2012: S.40f

²⁴⁶ Vgl. Ebd.

²⁴⁷ Vgl. Kim, 2012: S.46ff

²⁴⁸ Vgl. Kim, 2012: S.49

²⁴⁹ Vgl. Rothe, 2006: S.1f

Professionelle Selbst-Hilfe bei Kommunikationsstörungen oder -problemen bietet die sogenannte *self-enhancement Literatur*. Darunter wird (oft pseudo-wissenschaftliche) Literatur verstanden, die das Ziel hat, das eigene Kommunikationspotenzial durch einfache Erklärungsmodelle und dazugehörigen Übungen zu verbessern.²⁵⁰ Die Anzahl an sogenannter Ratgeberliteratur zur Kommunikation und der eigenen Persönlichkeitsentwicklung ist zahlreich, wenn auch ohne wissenschaftlichen Charakter, sondern meistens von Autoren, die aus der Kommunikationspraxis kommen.²⁵¹ An dieser Stelle sei nur kurz erwähnt, dass es eine hohe Anzahl an Ratgeberliteratur zu diesem Thema gibt. Dies könnte eine Chance für wissenschaftliche Publikationen sein mit stärkerer Glaubwürdigkeit interpersonale Kommunikationsberatung anzubieten, allerdings müssten die Autoren die Einfachheit der Praxisliteratur mit der Komplexität von wissenschaftlichen Theorien in Einklang bringen.

Kommunikationspädagogik wird als Disziplin verstanden, die sowohl im Kindergarten, an unterschiedlichen Schulen sowie Hochschulen anwendbar sein kann.²⁵² Dabei können Kommunikationsexperten nicht nur das Lehrpersonal oder die Kinderaufsicht mit Ratschlägen unterstützen, sondern es könnten auch Methoden und Spiele entwickelt und angewendet werden, die das Kommunikationsverhalten und die Integration von Kindern innerhalb der Klasse fördern.²⁵³ Frey und White kritisieren besonders an Hochschulen, dass das Lernen über Kommunikation sehr theoriebetont ist und sowohl die Didaktik als auch der Fokus auf Wissen kaum Raum für die Entwicklung und Anwendung kommunikativer Fähigkeiten bieten.²⁵⁴ Kommunikationsexperten können an dieser Stelle eingeschaltet werden, um Kurse und Tutorien anzubieten, welche interpersonale Kommunikationspraktiken nicht nur erklären sondern auch umsetzen können und so durch Erfahrung und Übung ein Gefühl für Kommunikation vermittelt werden kann.²⁵⁵

„The encounter communication pedagogy [...] represents an important type of experiential education for teaching students positive communicative practices. Whether taught as a separate communication course, woven into the fabric of current communication courses, or appropriated with regard to particular course practices, experiential encounter communication is a powerful pedagogy that offers students opportunities to develop their positive

²⁵⁰ Vgl. Eckart, 2010

²⁵¹ Vgl. Eckart, 2010 und Weisbach, 1997

²⁵² Vgl. Frey/White, 2012: S.297ff

²⁵³ Vgl. Ebd.

²⁵⁴ Vgl. Ebd.

²⁵⁵ Vgl. Ebd.

potential as human beings to constitutively and collectively create and sustain high-quality relationships.”²⁵⁶

Die *angewandte Linguistik* widmet sich auf professioneller Ebene Kommunikationsproblemen und versucht Lösungen, Hilfestellungen und Ratschläge für Kommunikationsstörungen sprachlicher Natur preiszugeben.²⁵⁷ Ein Bereich, den die angewandte Linguistik als Praxisgebiet vorschlägt, ist die technisch-medial vermittelte interpersonale Kommunikation.²⁵⁸ Ziel ist es Personen, die Probleme, Ängste oder mangelnde Erfahrung mit technisch-medialer Kommunikation haben für dieses Phänomen zu sensibilisieren und nebenbei Hilfestellungen und Übungen anzubieten, die das Anwenden dieser Kommunikationsart erleichtern.²⁵⁹ Grundsätzlich wird durch das einfache Erklären und das begleitende Training eine positive Lernatmosphäre erschaffen, die nicht nur Neugier für das technisch-mediale Phänomen mitbringen soll, sondern auch die Lust sich neue Kompetenzen anzueignen und diese im Laufe der Zeit zu verbessern.²⁶⁰ Angesprochen werden primär Personen einer älteren Generation, in der es das Internet noch nicht gegeben hat. Das langfristige Ziel ist die Integration dieser Personen in eine technisch-medial dominierte Gesellschaft.²⁶¹ Sprachförderung für Kinder, Jugendliche, Erwachsene und alte Menschen ist ebenfalls ein sehr wichtiges Praxisgebiet der angewandten Linguistik.²⁶² In beiden Fällen zählt die professionelle Hilfe, das konsequente Üben und Trainieren und die Vorbereitung für die soziale Integration in Gesellschaft und Beruf.²⁶³ Es werden nicht nur die sprachlichen Defizite der Kommunikationsbedürftigen besprochen, zentral ist auch das Reflektieren über die soziale Umwelt und über die optimale Annäherung an jene.²⁶⁴

Abschließend wird von *Organisationskommunikation* die Rede sein, welche sehr oft als selbstverständlicher Teil von Wirtschafts- und Managementlehrgängen gesehen wird.²⁶⁵

Kommunikationsexperten in der Organisationskommunikation haben die Aufgabe das Unternehmensbild, Unternehmensziel und den dazugehörigen Ablauf zum Erreichen

²⁵⁶ Frey/White, 2012: S.310

²⁵⁷ Vgl. Knapp/Antos, 2008: S. V-XII des Editorials

²⁵⁸ Vgl. Thimm, 2008: S.331ff

²⁵⁹ Vgl. Ebd.

²⁶⁰ Vgl. Ebd.

²⁶¹ Vgl. Ebd. und S.347f

²⁶² Vgl. Androutsopoulos/Georgakopoulou, 2008: S.457ff sowie Korpijaako-Huuhka/Klippi, 2008: S.481f

²⁶³ Vgl. Ebd.

²⁶⁴ Vgl. Ebd.

²⁶⁵ Vgl. Miller, 1999: S.1ff

dieses Ziels möglichst auf allen Ebenen des Unternehmens so zu vermitteln, dass sich jeder bewusst darüber wird, welche Aufgaben und Rollen man als Mitarbeiter der Organisation oder des Unternehmens hat.²⁶⁶ Dabei sind die Kenntnis der Organisationsstruktur, sowie das vermitteln zwischen den Chef-Management-Mitarbeiter Posten zentrale Tätigkeitsbereiche von Kommunikationsexperten.²⁶⁷ Organisationskommunikation umfasst ebenfalls das Personal Management und hat die Aufgabe das Arbeitsklima zwischen den Mitarbeitern und für die Mitarbeiter zu fördern und bei Streitfällen, Missbrauch und Konflikten als eine Ansprechperson für die benachteiligte Person zu fungieren.²⁶⁸ Neben Leistungsüberwachung und Qualitätskontrolle und dem effektiven Kommunikationsfluss zwischen den unterschiedlichen Unternehmensbereichen haben Kommunikationsexperten der Organisationskommunikation ebenfalls die Aufgabe das Unternehmen nach außen zu vertreten.²⁶⁹ Dies überschneidet sich oft mit den Funktionen und Tätigkeitsbereichen von Public Relations, ist allerdings wichtiger Bestandteil der Organisationskommunikation.²⁷⁰ Die Grundannahme ist, dass die Produktionsleistung und Effektivität eines Unternehmens oder einer Organisation sich zu einem wesentlichen Bestandteil aus einer guten Unternehmensstruktur und –kultur zusammensetzen, weshalb das Engagement von Kommunikationsexperten in der Organisationskommunikation gesucht wird.²⁷¹

Abschließend sei erwähnt, dass die in der wissenschaftlichen Forschung als auch in der Praxis auftretende Vielfalt an Kommunikationsphänomenen interpersonaler Natur ein Fach wie die Kommunikationswissenschaft nur bereichern können. Die Gefahr, dass die Konturen des Faches noch unschärfer zu werden drohen, ist nur dann der Fall, wenn man unreflektiert und unsystematisch das gewaltige Potenzial interpersonaler Kommunikationsforschung in die eigene Disziplin integriert.²⁷² Zumindest im US-amerikanischen Sprachraum wird darauf hingewiesen, dass es eine große gesellschaftliche Nachfrage nach Experten der interpersonalen Kommunikation gibt.²⁷³ Diese werden nicht nur in der angewandten Forschung benötigt, sondern auch für

²⁶⁶ Vgl. Miller, 1999: S.20f

²⁶⁷ Vgl. Ebd.

²⁶⁸ Vgl. Miller, 1999: S.43

²⁶⁹ Vgl. Miller, 1999: S.258ff

²⁷⁰ Vgl. Ebd.

²⁷¹ Vgl. Miller, 1999: S.207fff

²⁷² Vgl. Schmidt/Zurstiege, 2000: S.24fff

²⁷³ Vgl. hierzu: Burton/Dimbleby, 1995; Socha/Pitts, 2012: S.1fff sowie Dailey/Le Poire, 2006: S.1ff

praktische Probleme und Lösungen.²⁷⁴

Ferner vermuten die Autoren ein Wachstum an Nachfrage in der Zukunft, wenn die scientific community sich stärker der interpersonalen Kommunikation zuwendet.²⁷⁵

2.4. „Health Communication“ als Beispiel interdisziplinärer Forschung und Schnittstelle zur Praxis

Mit dem Begriff „Health Communication“ werden kommunikative Prozesse mit Hilfe von Information, Einflussnahme und Motivation bei einzelnen Individuen, Institutionen aber auch der Gesellschaft zum Thema Gesundheit beschrieben.²⁷⁶ Kommunikation spielt eine wichtige Rolle und wird als gegenseitiger Prozess zwischen dem „Kommunikationsteam“ und den Zielpersonen, wie Kunden oder Patienten, verstanden.²⁷⁷ Das Kommunikationsteam setzt sich zusammen aus Experten, die Erfahrung in den Gebieten der Medizin, Gesundheit, Ernährung, dem Sport aber auch Marketing, Werbung und Public Relations aufweisen können.²⁷⁸ Ziel ist es nicht nur Individuen und Gruppen zu *informieren*, sondern ebenfalls zu *beeinflussen* und die Einstellung zur eigenen Gesundheit zur verbessern.²⁷⁹ Gesundheit, als ein Begriff, ist in dem gewaltigen Ausmaß an Bedeutungsmöglichkeiten sehr schwer zu definieren. Bettina Fromm et. al. konstatieren Gesundheit als ein komplexes Phänomen, welches körperliches und psychisches Wohlbefinden sowie Leistungsfähigkeit, Sinnfindung und Selbstverwirklichung umfasse.²⁸⁰ Gesundheit sei in einem Kontext eingebettet, in dem sie konsequent belastet oder bedroht wird.²⁸¹ Risiken und Gefahren für den Zustand der Gesundheit skizzieren eine dynamische Wechselbeziehung zwischen Individuum und Umwelt.²⁸² Neben Risiken und Gefahren ist auch der Zustand der Krankheit als „bedingte

²⁷⁴ Vgl. Ebd.

²⁷⁵ Vgl. Ebd.

²⁷⁶ Vgl. Schiavo, 2007: S.4ff

²⁷⁷ Vgl. Ebd.

²⁷⁸ Vgl. Ebd.

²⁷⁹ Vgl. Ebd.

²⁸⁰ Vgl. Fromm et. al., 2011: S.18f

²⁸¹ Vgl. Ebd.

²⁸² Vgl. Ebd.

Gesundheit“ ein Merkmal, welches, laut Fromm et. al., untrennbar von Gesundheit zu denken ist.²⁸³ Die Autoren fassen das dynamische Verhältnis von Gesundheit und Krankheit so auf, dass Prävention und Schutz dem Erhalt des Gesundheitszustandes dienen und vor den Risiken und Gefahren des Krankheitszustandes warnen sollen.²⁸⁴

Das CDC – Centers for Disease Control and Prevention – bringt Gesundheitskommunikation²⁸⁵ wie folgt auf den Punkt: „Health communication [is, S.P.] the study and use of communication strategies to inform and influence individual and community decisions that enhance health.“²⁸⁶ Kommunikation hat nicht nur die Funktion notwendige Rahmenbedingungen zu schaffen, damit Information über Gesundheitsthemen ausgetauscht werden kann, sondern sie muss zur Verständigung beitragen, damit es keine Missverständnisse innerhalb der Zielgruppe gibt, die zur falschen Handlung führen könnten.²⁸⁷ Ferner sollen alle Lebensphasen bei der Zielgruppe berücksichtigt werden, da Gesundheit nicht nur vor und während der Geburt eine wichtige Rolle spielt, sondern auch im hohen Alter.²⁸⁸ Kulturelle Barrieren und interkulturelle Kommunikation zum Thema Gesundheit sind zu Zeiten der Globalisierung und des Internets von zentraler Bedeutung. In diesem Zusammenhang muss ein Zugang geschaffen werden, der es erlaubt Bedürfnisse, Glauben, Tabus, Einstellungen und Lebensstile von unterschiedlichen ethnischen Gruppen transparent zu machen und zu berücksichtigen.²⁸⁹ Health Communication funktioniert optimal in einem Team-basierten Setting, da durch den Austausch an Informationen und dem gemeinsamen Erarbeiten von Gesundheitsprogrammen bessere Resultate erzielt werden können.²⁹⁰ Diese Gesundheitsprogramme sollen geplant und so strukturiert werden, dass sie der Situation oder dem Problem am geeignetsten begegnen.²⁹¹

Gesundheitskommunikation stellt sich vielen Herausforderungen und Problemen. Nicht nur in der Praxis, sondern auch als wissenschaftliche Disziplin.²⁹² Jedoch ist die Zusammenarbeit zwischen jenen beiden Bereichen, zumindest in den USA, sehr

²⁸³ Vgl. Ebd.

²⁸⁴ Vgl. Ebd.

²⁸⁵ Gesundheitskommunikation ist das deutsche Äquivalent für Health Communication und wird daher gleichwertig verwendet.

²⁸⁶ US Department of Health and Human Services. Office of Disease Prevention and Health Promotion. Healthy People 2010. Volumes 1 and 2.

<http://www.healthypeople.gov/2010/Document/HTML/Volume1/11HealthCom.htm> (09.04.2014)

²⁸⁷ Vgl. Schiavo, 2007: S.6f

²⁸⁸ Vgl. Ebd.

²⁸⁹ Vgl. Ebd.

²⁹⁰ Vgl. Schiavo, 2007: S.13ff

²⁹¹ Vgl. Ebd.

²⁹² Vgl. Schiavo, 2007: S.8f

erfolgreich.²⁹³ Zusätzlich investiert die US-Regierung seit 2010 verstärkt in den Bereich der Health Communication und signalisiert die Bedeutung und Relevanz dieser Disziplin. „Health communication has been defined as the main currency of healthcare in the 21st century.“²⁹⁴ Die Disziplin hat in den letzten zehn Jahren eine Renaissance erlebt, da die Einstellung zur Kommunikation sich innerhalb der scientific community verändert hat.²⁹⁵ Kommunikation sei nicht mehr nur ein Werkzeug oder eine Fähigkeit, sondern viel mehr eine wissenschaftlich-fundierte Disziplin, die Training und Leidenschaft verlangt, um bestimmte Inhalte zu vermitteln.²⁹⁶ Seit den 90er Jahren gibt es in den USA, wegen der hohen Nachfrage nach Gesundheitskommunikationsexperten, einen Zuwachs an Ausbildungsmöglichkeiten und akademischen Curricula zum Thema Health Communication.²⁹⁷ In der Praxis ist allerdings über viele Jahrzehnte so gewesen, dass jemand eingestellt wurde, der einen Abschluss in Soziologie, Psychologie, Journalismus oder Kommunikationswissenschaft hatte, und dann „on the job“ gelernt hat, was Health Communication ist und wie man sich mit dem Thema auseinandersetzt.²⁹⁸ Wegen den wachsenden Ausbildungsmöglichkeiten und der hohen Nachfrage innerhalb der Gesellschaft, gelang es eine stärkere Aufmerksamkeit für die Disziplin zu schaffen und sie als wichtige, interdisziplinäre Institution zu positionieren.²⁹⁹ Schiavo bezeichnet die Disziplin als „transdisziplinär von Natur aus“.³⁰⁰ Kommunikation und Gesundheit werden als komplexe Phänomene verstanden, die unterschiedliche Zugänge fordern.³⁰¹ Um z.B. die Zielgruppe über Gesundheitsthemen zu informieren oder sie überhaupt erst zu definieren, sind Erkenntnisse der Medien- und Kommunikationswissenschaft von Nöten.³⁰² Um die Zielgruppe zu einer Verhaltensänderung zu bewegen, die eine Verbesserung des Gesundheitszustandes in Folge hat, sind Erkenntnisse der Psychologie und Soziologie notwendig.³⁰³ Inter- und Transdisziplinarität erfordern ein Engagement, das über die Grenzen der eigenen Disziplin hinausgeht. Der Austausch an Theorien, Methoden und Erfahrungen zwischen den einzelnen wissenschaftlichen Disziplinen, aber auch zwischen Wissenschaft und Praxis sind für das Erfassen der

²⁹³ Vgl. Schiavo, 2007: S.XII

²⁹⁴ Schiavo, 2007: S.XI

²⁹⁵ Vgl. Schiavo, 2007: S.10ff

²⁹⁶ Vgl. Ebd.

²⁹⁷ Vgl. Ebd.

²⁹⁸ Vgl. Ebd.

²⁹⁹ Vgl. Ebd.

³⁰⁰ Vgl. Schiavo, S.13ff

³⁰¹ Vgl. Ebd.

³⁰² Vgl. Ebd.

³⁰³ Vgl. Ebd.

Gesundheitskommunikation bedeutsam.³⁰⁴

Zu diesem Zweck werden an dieser Stelle zwei zentrale Bereiche der Gesundheitskommunikation vorgestellt, die thematisch mit dieser Arbeit zu tun haben – „Public Health“ und „Patient -Provider Communication“.

2.4.1. Public Health – Die Meso- und Makroebene

Mit Public Health wird das öffentliche Bild von Gesundheit definiert.³⁰⁵ Staatliche, wie auch private Institutionen, die sich dem Gesundheitsthema annehmen, sind wesentliche Akteure im Public Health Bereich.³⁰⁶ Das Aufgabengebiet jener Institutionen umfasst Krankheitsvorbeugung, Gesundheitsmarketing, Gesundheitskampagnen, Gesundheitsvorsorge und Lebensstandarterhöhung.³⁰⁷ Die Gesundheitskommunikation im Public Health Sektor muss in all diesen Aufgaben präsent sein und sich engagieren. Ihr wird die wichtige Rolle der Vermittlung attestiert, damit sie als verlässliches Bindeglied zwischen den Public Health Institutionen und den Zielgruppen angesehen werden kann.³⁰⁸

Sie nutzt hierfür mediale Kommunikationswege, welche in vier unterschiedliche Kommunikationsebenen aufzugliedern seien.³⁰⁹ Die *erste* Ebene beinhaltet intrapersonale Kommunikationsprozesse und bezeichnet individuelle Voraussetzungen und Erfahrungen, die die Wahrnehmung und Bewertung von Gesundheitsthemen beeinflussen.³¹⁰ Sowohl auf Seiten der Zielgruppen, als auch auf Seiten der Institutionen handeln Menschen mit bestimmten Werten, Normen und Erfahrungen, die alle in einem gewissen Maß die Einstellung zur Gesundheit prägen. Public Health Gesundheitskommunikation muss sich dessen bewusst sein und Transparenz schaffen für Gesundheitsprogramme und auch die Anforderungen der Zielgruppen eruieren.³¹¹

Die *zweite Ebene* umfasst interpersonale Kommunikationsprozesse und

³⁰⁴ Vgl. Ebd.

³⁰⁵ Vgl. Schiavo, 2007: S.23f

³⁰⁶ Vgl. Ebd.

³⁰⁷ Vgl. Ebd.

³⁰⁸ Vgl. Ebd.

³⁰⁹ Vgl. Fromm et. al., 2011: S.30ff

³¹⁰ Vgl. Ebd.

³¹¹ Vgl. Ebd.

Individualkommunikation.³¹² Diese Prozesse nutzen auf der einen Seite die Face-2-Face Kommunikation, beispielsweise in Beratungsgesprächen über Gesundheitsthemen. Auf der anderen Seite sind mediale interpersonale Kommunikationsmedien, wie z.B. Online-Beratung, sehr häufige Kanäle zur Informationsbeschaffung und Orientierung.³¹³ Die Gesundheitskommunikation muss sich der medialen Kompetenz der Zielgruppe stellen und ihr soziales Umfeld berücksichtigen.³¹⁴ Es ist erforderlich, dass sie mehrere Kanäle für die Gesundheitskampagne nützt, damit die Inhalte auf unterschiedlichen Wegen zu der Zielgruppe gelangen können.³¹⁵

Als *dritte* Ebene wird die Organisationskommunikation angeführt und beschreibt damit Kommunikationsprozesse innerhalb aber auch zwischen Organisationen, die sich mit Gesundheit beschäftigen.³¹⁶ Arztpraxen, Altersheime, Selbsthilfegruppen, Therapieinstitute, Krankenhäuser etc. haben die Aufgabe Kommunikationsinhalte zur Gesundheit intern und extern zu vermitteln.³¹⁷ Die Gesundheitskommunikation soll vor allem als Vermittler von Informationsangeboten und Ratschlägen diese Organisationen maßgeblich unterstützen und zugleich den Patienten, aber auch Individuen, die die Dienste der Organisationen in Anspruch nehmen wollen, als Beratungsquelle zur Verfügung stehen.³¹⁸

Auf der *vierten* Ebene wird die Massenkommunikation zum Thema Gesundheit thematisiert.³¹⁹ Zum wesentlichen Teil geht es auf dieser Ebene um das Schaffen von Aufmerksamkeit für Gesundheitsthemen mit dem Ziel das eigene Verhalten so anzupassen, dass sich eine Verbesserung des Gesundheitszustandes oder Lebensstils erkennen lassen kann.³²⁰ Es sollen Gesundheitsprogramme über Massenmedien, wie Zeitung, Radio, Fernsehen aber auch Internet, vermittelt werden, die die Rezipienten für Gesundheitsthemen nicht nur begeistern, sondern auch zum Engagieren anregen sollen. Hinzu kommt allerdings auch die Rolle von Gesundheitsexperten, die in den Massenmedien Stellung nehmen zu bestimmten Gesundheitsthemen.³²¹ Die Kooperation von Medieninstitutionen und der Public Health Gesundheitskommunikation ist von

³¹² Vgl. Ebd.

³¹³ Vgl. Ebd.

³¹⁴ Vgl. Ebd.

³¹⁵ Vgl. Ebd.

³¹⁶ Vgl. Ebd.

³¹⁷ Vgl. Ebd.

³¹⁸ Vgl. Ebd.

³¹⁹ Vgl. Ebd.

³²⁰ Vgl. Ebd.

³²¹ Vgl. Ebd.

zentraler Bedeutung auf dieser Ebene.

Ein erfolgreiches Beispiel von Public Health Gesundheitskommunikation ist E-Health bzw. Gesundheit Online. Mit dem Begriff E-Health werden elektronische, web-basierte Portale für Information, Kommunikation, Marketing und Management in Bezug auf Gesundheit bezeichnet.³²² Durch die technologischen Entwicklungen des Internets und dem daraus resultierenden gesellschaftlichen Wandel habe sich, so Linzbach, auch die Medizin daran zu orientieren.³²³ Medizin solle auf mehreren Wegen und Kanälen der Öffentlichkeit nahegebracht werden.³²⁴ Das Internet muss der Medizin ermöglichen, dass sich Ärzte und Medizinpersonal untereinander austauschen können.³²⁵ Es soll ebenfalls dazu beitragen, dass die Arzt-Patienten Kommunikation sich verbessert und zusätzliche Behandlungswege garantieren.³²⁶ Schließlich soll durch E-Health auch ein Informationsaustausch zwischen Patienten und Interessenten untereinander gewährleistet werden, um so optimal über die Gesundheit informiert zu werden.³²⁷ Manfred Beeres sieht zusätzlich eine Vernetzung zwischen E-Health und E-Commerce.³²⁸ Medizinische Portale, Gesundheitsblogs, aber auch Pharma Homepages würden eine Vielzahl von medizinischen Produkten entweder empfehlen oder selbst anbieten und verkaufen.³²⁹ Gesundheitskommunikation muss an dieser Stelle ansetzen und falschen Empfehlungen und Medikamenten entgegenwirken und den Konsumenten warnen und mit Alternativen versorgen.³³⁰

Wolfgang George empfiehlt ein Modell für die Organisationsebene der Kommunikation bei Krankenhäusern. Communication Center sollen als modernes Instrument für Kundeninformation und –betreuung implementiert werden.³³¹ Dabei soll [...] die von außen eingehende Kommunikation (inbound) als auch die nach außen gerichtete Kommunikation (outbound) – unter Wahrung der Unternehmensziele – [verwaltet werden, S.P.].³³² Diese Communication Center sollen von Experten der Gesundheitskommunikation geleitet werden und dienen dem Zweck durch kontrollierte Kommunikation Kundenpflege und Kundenbindung zu ermöglichen und zugleich

³²² Vgl. Linzbach et. al., 2001: S.135f

³²³ Vgl. Ebd.

³²⁴ Vgl. Linzbach et. al., 2001: S.137f

³²⁵ Vgl. Ebd.

³²⁶ Vgl. Ebd.

³²⁷ Vgl. Ebd.

³²⁸ Vgl. Beeres, 2001: S.167f

³²⁹ Vgl. Beeres, 2001: S.170

³³⁰ Vgl. Beeres, 2001: S.179

³³¹ Vgl. George, 2001: S.265 und S.270f

³³² George, 2001: S.265

qualitatives Kunden- und Datenmanagement zu erhalten.³³³ Primäres Ziel dieser Center ist neben Kundenbindung und –betreuung vor allem die Entlastung der Ärzte und eine übersichtlichere Verwaltung von Kundendaten.³³⁴

2.4.2. Patient-Provider Communication als interpersonales Aufgabengebiet

Dieser Zweig der Gesundheitskommunikation lässt sich auf der Mikro-Ebene der Kommunikation einordnen. Diese Ebene umfasst Kommunikationsprozesse zwischen einzelnen Individuen, wie z.B. Patienten und Gesundheitsexperten. Health-Care Provider sind unter anderem Medizinisches Personal, Lebensversicherungen, Therapeuten, Life-Style Berater und Ärzte.³³⁵ Die Patient-Provider Communication zielt darauf ab eine gemeinsame Vorstellung zwischen Patienten und Health-Care Providern über die Gesundheitsvorsorge und Behandlungswege zu schaffen.³³⁶ Die höchste Priorität liegt darin, dass man auf vertrauensvoller Basis die Kommunikationsinhalte an die Patienten vermittelt.³³⁷ Offenheit und das verständliche Vermitteln von komplizierten medizinischen Themen sind vor allem bei schwerwiegenden Entscheidungen von Notwendigkeit. Das aktive Zuhören und Eingehen auf die Sorgen und Unsicherheiten der unwissenden Patienten verlangen eine hohe Sensibilität von Health-Care Providern.³³⁸ Zu diesem Zweck werden Erkenntnisse über die „Health Literacy“ von einzelnen Patienten erhoben.³³⁹ Diese „Literacy“ richtet sich an die Kompetenz einzelner Individuen in Bezug auf die eigene Gesundheit.

„Literacy impacts health knowledge, health status and access to health services. Health status is influenced by several related socioeconomic factors.

³³³ Vgl. George, 2001: S.270f

³³⁴ Vgl. George, 2001: S.272f

³³⁵ Vgl. Sparks et. al., 2010: S.4ff

³³⁶ Vgl. Ebd.

³³⁷ Vgl. Ebd.

³³⁸ Vgl. Ebd.

³³⁹ Vgl. Sparks et. al., 2010: S.12f

Literacy impacts income level, occupation, education, housing and access to medical care.”³⁴⁰

Diese Kompetenz unterliegt nicht allein der Verantwortung von den einzelnen Patienten und Interessenten. Die Gesundheitskommunikation hat die Aufgabe unterschiedliche Wege zu finden die Health Literacy zu fördern.³⁴¹ Dies kann sowohl auf medialer Ebene geschehen, als auch durch interpersonale Beratungsgespräche. Die Gesundheitsinformationen können beispielsweise auf unterschiedlichen medialen Trägern verbreitet werden und somit auch unterschiedliche Zielgruppen erreichen.³⁴² Auf lange Sicht ist das Fördern von Health Literacy nur durch gemeinsame Bemühungen von Health Care Providern und Gesundheitsexperten auf der einen Seite, als auch den Patienten und Kunden auf der anderen Seite zu ermöglichen.³⁴³

Gespräche zwischen Ärzten und Patienten sind wichtiger Bestandteil der Patient-Provider Communication. Die Art und Weise wie sich Ärzte den Patienten annähern, wie sie Kommunikationsinhalte vermitteln und ob sie die Patienten für die richtigen Behandlungswege motivieren können spielen dabei maßgeblich eine Rolle.³⁴⁴ Marisa Cordella hat eine Studie durchgeführt, die sich mit den Gesprächen zwischen Ärzten und Patienten befasst. Sie verwendet einen multidisziplinären Ansatz, der sich interaktionale Sozio-Linguistik nennt.³⁴⁵ Patienten und Ärzte sind zum Zeitpunkt des Gesprächs in bestimmten Rollen, die sozio-kulturell geprägt sind.³⁴⁶ Der Arzt sieht sich z.B. primär in der Rolle seines Berufs und tritt auch auf diese Weise im Gespräch auf. „*The Doctor Voice*“ nennt Cordella die erste Stimme, die im Gespräch mit dem Patienten an erster Stelle auftritt.³⁴⁷ Diese hat die Funktion Informationen über den Patienten und sein Gesundheitsproblem zu erfassen und die richtige Diagnose zu treffen.³⁴⁸ Im Dialog äußert sich dies in Fragen zu Symptomen, aber auch in Anweisungen bei Diagnosen und Untersuchungen. Die zweite Stimme ist „*The Educator Voice*“ und bezeichnet die Belehrung, Beratung und Empfehlung von Lösungswegen zu einem bestimmten

³⁴⁰ Ebd.

³⁴¹ Vgl. Sparks et al., 2010: S.15ff

³⁴² Vgl. Sparks et al., 2010: S.127ff

³⁴³ Vgl. Sparks et al., 2010: S.15

³⁴⁴ Vgl. Cordella, 2004: S.6f

³⁴⁵ Vgl. Ebd.

³⁴⁶ Vgl. Ebd.

³⁴⁷ Vgl. Cordella, 2004: S.58f

³⁴⁸ Vgl. Ebd.

Gesundheitsproblem.³⁴⁹ Der Arzt muss die Informationen und die Diagnose auf verständliche Weise vermitteln und dem Patienten Sicherheit und Vertrauen garantieren. Die Komplexität des Gesundheitszustandes wird vereinfacht dargestellt, so dass die Behandlungsmöglichkeiten leichter zu verstehen sind.³⁵⁰ Schließlich thematisiert als dritte Stimme die „*Fellow Human Voice*“ die Rolle des Mitmenschen im Arzt.³⁵¹ Wichtigstes Kennzeichen dieser Stimme ist die Fähigkeit zur Empathie. Der Arzt versucht sich dem Patienten anzunähern, Nähe und Vertrauen zu vermitteln und durch eine lockere Gesprächssituation den Patienten zu motivieren.³⁵² Wichtig ist die dritte Stimme vor allem bei sozio-kulturellen Diskrepanzen, um den Patienten zur Kooperation zu bewegen.³⁵³ Dabei muss sich der Arzt bewusst sein, welche Herkunft sein Patient hat, und welche Werte und Überzeugungen in diesem sozio-kulturellen Raum vorherrschen. Die Patienten haben ebenfalls unterschiedliche Stimmen, die sich im Gespräch mit dem Arzt äußern können. Sie ordnen sich in vielen Fällen der Autorität des Arztes unter und erhoffen sich eine klare Diagnose und Lösungen für ihr Gesundheitsproblem zu erhalten.³⁵⁴ Daher ist die Kommunikation eher reaktiv, anstatt interaktiv, zu bewerten. Patienten reagieren auf die Fragen des Arztes und geben möglichst genaue Antworten, um der Diagnose zu helfen.³⁵⁵ Je nach Ausmaß des Gesundheitsproblems können aber Stimmen im Patienten aktiv werden, die die Autorität des Arztes herausfordern. Dies ist der Fall, wenn der Patient eine gewisse Gesundheitskompetenz hat und eigene Maßnahmen treffen möchte, wie er mit Gesundheitsproblemen umzugehen hat.³⁵⁶ Andere Stimmen bei Patienten versuchen die soziale Verantwortung zu betonen und erwähnen beispielsweise häufig die Familie.³⁵⁷ In diesem Kontext wird in vielen Gesprächssituationen das Gesundheitsproblem in den Hintergrund gestellt und die Sorge um bestimmte Familienmitglieder priorisiert. Ärzte müssen für diese Fälle viel Empathie beweisen und die Patienten zur richtigen Behandlungsmethode zu überreden.³⁵⁸ Es kommt auch vor, dass der Arzt viele Patienten hat und durch Stress- und Zeitfaktoren nicht in der Lage ist, sich Zeit für seine Patienten zu nehmen. Damit sind die

³⁴⁹ Vgl. Ebd.

³⁵⁰ Vgl. Ebd.

³⁵¹ Vgl. Ebd.

³⁵² Vgl. Ebd.

³⁵³ Vgl. Ebd.

³⁵⁴ Vgl. Cordella, 2004: S.149f

³⁵⁵ Vgl. Ebd.

³⁵⁶ Vgl. Cordella, 2004: S.157

³⁵⁷ Vgl. Cordella, 2004: S.165

³⁵⁸ Vgl. Ebd.

Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches und vertrauensvolles Arzt-Patient Gespräch bedroht. In dem Fall schlagen Lisa Sparks und Melinda Villagran die „Health-Care Team Communication“ vor.³⁵⁹ Der Arzt wird von einem Team begleitet, das sich um die Betreuung und Koordination von Kommunikationsprozessen kümmert.³⁶⁰ Dieses Team berätet, informiert und managt sowohl Gespräche mit dem Arzt, als auch mit dem Patienten. Es funktioniert als Mediator und hat das Ziel den Arzt zu entlasten und ihn zu unterstützen.³⁶¹ Zur Anwendung sollten diese Teams dort kommen, wo medizinisches Personal Überstunden macht und dadurch die notwendige Zeit für Patientenkommunikation nicht mehr aufgebracht werden kann.³⁶²

Abschließend kann Gesundheitskommunikation als ein wichtiger und gesellschaftlich relevanter Forschungsbereich in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft angesehen werden. Es gibt zahlreiche Bezüge zur medialen und interpersonalen Kommunikation. Das Fach rühmt sich eine empirische Sozialwissenschaft mit interdisziplinärem Charakter zu sein.³⁶³ Interdisziplinarität ist in der Gesundheitskommunikation ein integraler Bestandteil des Selbstverständnisses und man muss unterschiedliche Kommunikationsinhalte zwischen den Medizin-Experten und den Laien vermitteln. Interpersonale Kommunikation ist für die Gesundheitskommunikation deshalb wichtig, da das Gespräch mit den Kunden und Interessenten ein wichtiges Tool ist, um Gesundheitsprogramme und Informationen zu vermitteln. Gleichzeitig soll das Ziel erreicht werden, dass eine Verhaltensänderung bei den Kunden erweckt wird, die der Besserung des Gesundheitszustandes beitragen.

³⁵⁹ Vgl. Sparks et al., 2010: S.154f

³⁶⁰ Vgl. Ebd.

³⁶¹ Vgl. Ebd.

³⁶² Vgl. Ebd.

³⁶³ Vgl. Burkart, 2002

3. Kommunikationswissenschaft: Zwischen Selbstfindung, Abgrenzung und gesellschaftlicher Anerkennung

3.1. Das Stellenwertproblem in Zahlen

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln das Phänomen der interpersonalen Kommunikation aus wissenschaftlicher, sowie praxisnaher Perspektive in vielen Facetten verdeutlicht worden ist, behandeln die folgenden beiden Kapitel mögliche Gründe für den aktuellen Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft. In diesem Kapitel wird eine fachgeschichtlich fundierte Argumentation angestrebt, welche mehrere mögliche Erklärungsmöglichkeiten herausarbeitet. Doch zuvor soll das Problem und das Ziel dieser Magisterarbeit angedeutet werden.

Klaus-Dieter Altmeppen hat eine Erhebung zur Forschungslandschaft der Kommunikationswissenschaft in Deutschland durchgeführt, die zahlreiche Forschungsschwerpunkte mit empirischen Daten darlegt. Er arbeitet methodisch mit einer Online-Befragung zu den Mitgliedern der DGPK und deren Forschungsvorhaben bzw. –schwerpunkte. Altmeppen kritisiert, dass es keine systematischen Studien und Erhebungen zur kommunikationswissenschaftlichen Forschung an Hochschulen gibt.³⁶⁴ Dabei würde eine Systematisierung in der Art helfen, einen Überblick über die derzeitigen Konturen des Faches zu verschaffen und hätte identitätsstiftendes Potenzial für die Disziplin.³⁶⁵ Zur Übersicht werden einzelne Ergebnisse dieser Erhebung tabellarisch dargestellt und kurz erklärt.

³⁶⁴ Vgl. Altmeppen et al., 2011: S.374f

³⁶⁵ Vgl. Ebd.

Die fünf häufigsten Forschungsbereiche bei Projekten ohne finanzielle Förderung			Die fünf häufigsten Forschungsbereiche bei Projekten mit finanzieller Förderung		
	absolut	in %		absolut	in %
PR, Unternehmenskommunikation, Organisationskommunikation	40	11,1	Journalismusforschung	44	12,2
Journalismusforschung	39	10,8	Mediennutzung, -rezeption, -aneignung	43	11,9
politische Kommunikation	32	8,9	politische Kommunikation	36	10,0
Mediennutzung, -rezeption, -aneignung	29	8,1	PR, Unternehmenskommunikation, Organisationskommunikation	24	6,7
Medienwirkungsforschung	19	5,3	Medieninhalte, -repräsentationen	24	6,7
<i>von insgesamt</i>	<i>360</i>	<i>100,0</i>	<i>von insgesamt</i>	<i>360</i>	<i>100,0</i>

Abb. 7: Häufigste Forschungsbereiche in der DGPuK aus Altmeyen, 2011: S. 380

Auf den Unterschied zwischen Projekten mit finanzieller Förderung und denen ohne finanzielle Unterstützung wird an dieser Stelle nicht eingegangen.³⁶⁶ Abgesehen von Organisationskommunikation, die im Rahmen dieser Magisterarbeit als ein potenzielles Forschungs- und Berufsfeld für interpersonale Kommunikation definiert worden ist, befassen sich die meisten Projekte verstärkt mit öffentlicher und massenmedialer Kommunikation. Altmeyen selbst schreibt: „Die vorliegende Analyse der Forschungsbereiche weist vor allem die mediale und die öffentliche Kommunikation als Forschungsschwerpunkte der Mitglieder aus.“³⁶⁷ Er unterstreicht damit, dass interpersonale Kommunikation in diesen Forschungsbereichen nicht ausgeschlossen wird, sie kann durchaus, wie z.B. in der Organisationskommunikation oder Mediennutzung Bestandteil der Forschung sein. Altmeyen teilt die Forschungsschwerpunkte in vier Gruppen auf. Von Bedeutung ist die vierte Gruppe, welche die kleinste Forschungsprojektanzahl insgesamt aufweist.

„Die vierte Gruppe bilden 16 Forschungsbereiche, die sich inhaltlich auf Theorien, Ethik und Unterhaltung konzentrieren. Hier finden sich zudem (wenige) Zuordnungen zu interpersonaler und nonverbaler Kommunikation als einem weiteren Zweig des Selbstverständnisses der Fachwissenschaft.“³⁶⁸ Die Zuweisungen werden von den

³⁶⁶ Näheres lässt sich bei Altmeyen et al., 2011 nachlesen.

³⁶⁷ Altmeyen et al., 2011: S. 380f

³⁶⁸ Ebd.

Forschern selbst vorgenommen, demnach fällt der Forschungsbereich interpersonale Kommunikation mit nur sehr wenigen Nennungen auf.

Forschungsbereich/Anzahl der Nennungen	Gesamt	Gesamt oF		Gesamt mF	
		n	%	n	%
Journalismusforschung	83	39	47,0	44	53,0
Mediennutzung, -rezeption, -aneignung	72	29	40,3	43	59,7
politische Kommunikation	68	32	47,1	36	52,9
PR, Unternehmenskommunikation, Organisationskommunikation	64	40	62,5	24	37,5
Medienwirkungsforschung	41	19	46,3	22	53,7
Medieninhalte, -repräsentationen	38	14	36,8	24	63,2
interpersonale Kommunikation	4	3	75,0	1	25,0
Medienästhetik	3	2	66,7	1	33,3
nonverbale Kommunikation	1	1	100,0	0	0,0
Mediendesign	1	0	0,0	1	100,0
Medienphilosophie	1	1	100,0	0	0,0

Abb. 8: Nennungen von Themen der Forschungsprojekte aus Altmeppen, 2011: S.382f

Die Tabelle ist zum Zweck der besseren Übersicht bearbeitet worden, um die Zahlen, welche die interpersonale Kommunikation als Thema benennen, gegenüberzustellen. Auf der anderen Seite soll durch die Bearbeitung die Dominanz der öffentlichen Kommunikationsthemen widerspiegelt werden. Altmeppen warnt allerdings, dass diese Themenliste nicht repräsentativ ist und die häufige Nennung der Kategorie „Sonstiges“ durchaus dafür spricht, dass die Forschungsvielfalt des Faches nicht so einfach zu kategorisieren und zu systematisieren ist.³⁶⁹

³⁶⁹ Vgl. Altmeppen, 2011: S. 382f

Die fünf häufigsten Themen bei Projekten ohne finanzielle Förderung			Die fünf häufigsten Themen bei Projekten mit finanzieller Förderung		
	absolut	in %		absolut	in %
Organisationskommunikation	35	6,3	Digitalisierung/Konvergenz/ IuK-Technologien	32	5,2
Digitalisierung/Konvergenz/ IuK-Technologien	23	4,1	Organisationskommunikation	25	4,1
Web 2.0, Communities, Social Software	21	3,8	Medienorganisationen, Medienunternehmen	25	4,1
Medienwandel, -entwicklung	20	3,6	Fernsehen	24	3,9
Öffentlichkeit	17	3,0	Öffentlichkeit	22	3,6
von insgesamt	559	100	von insgesamt	610	100

Abb. 9: Fünf häufigste Forschungsthemen aus Altmeppen, 2011: S.383

Altmeppen betont an dieser Stelle wieder den Stellenwert von Medienkommunikation und Öffentlichkeit. Er räumt allerdings ein, dass „Aufsteiger“-Themen wie Web 2.0, Communities und Social Software ein starkes Forschungsinteresse unter den Kommunikationswissenschaftlern ausgelöst haben.³⁷⁰ Interpersonale Kommunikation kann, wie in Kapitel 2 beschrieben, auch technisch-medial vermittelt werden. Sowohl Web 2.0 als auch Communities und Social Software lassen auf interpersonale Kommunikationselemente schließen. Diese Verbindung von interpersonaler Kommunikation mit New Media und der Organisationskommunikation ist ein positiv aufzufassender Trend. Interpersonale Kommunikation wird in diesem Rahmen in einem technisch-vermittelten Kontext erforscht. Grundsätzlich dominiert aber das öffentliche oder mediale Forschungsthema.

3.2. Der Druck zur Legitimation einer politisch missbrauchten Wissenschaft

Doch warum ist das so? Welche Gründe sprechen für diese doch sehr deutlich sprechenden Zahlen und Daten, die Klaus-Dieter Altmeppen für die deutsche Forschungslandschaft erhoben hat? Einen Zugang zu diesem Problem erlaubt die Geschichte der Kommunikationswissenschaft in Deutschland.

³⁷⁰ Vgl. Ebd.

3.2.1. Die Zeitungswissenschaft und ihre Anfänge

Die ersten Überlegungen zur Zeitung stammten aus der Nationalökonomie und wurden von Karl Bücher postuliert.³⁷¹

*„Als Nationalökonom beschäftigte ihn das Medium einmal als Transportmittel der für die Volkswirtschaft elementaren ökonomischen Informationen. Andererseits erkannte er die stark wachsende wirtschaftliche Bedeutung des Pressesektors.“*³⁷²

Bücher konstatierte die Öffentlichkeitsfunktion der Zeitung, welche die Umwelt beobachte und über den Staat, die Gesellschaft und die Wirtschaft informiere.³⁷³ Er warnte allerdings auch davor, dass die Zeitung sich Einflüssen des Staates aussetzen könne und somit für verborgene Interessen ausgenutzt werden könne.³⁷⁴ Mit der Nationalökonomie und Karl Bücher sind die Wurzeln der Kommunikationswissenschaft nachgezeichnet, allerdings gibt es keine Zeitungswissenschaft als eigene Disziplin, sondern erste systematische Überlegungen zur Zeitung und Öffentlichkeit.³⁷⁵

Die Zeitungswissenschaft gilt als Vorgängerdisziplin der heutigen Kommunikationswissenschaft und ist von drei wichtigen Persönlichkeiten, Karl d'Ester, Emil Dovifat sowie Erich Evert, geprägt worden.³⁷⁶ Die ersten Zeitungstheorien haben Kommunikation als graduellen Prozess betrachtet und Fragestellungen zur öffentlichen Kommunikation, Werbung und Presse und deren Einwirkung auf das Publikum behandelt.³⁷⁷ Mit dem Beginn des ersten Weltkrieges und der dahinterstehenden Propaganda sah sich die Zeitungswissenschaft mit den Folgen und Wirkungen des Krieges konfrontiert.³⁷⁸ Die Presse hatte zu der Zeit, als soziale Instabilität vorherrschte, eine wichtige Stellung innerhalb der Gesellschaft. Schließlich lieferte sie nicht nur Themen, über die sich die Öffentlichkeit austauschen konnte, sondern ist selbst auch Gesprächsstoff der Öffentlichkeit.³⁷⁹ Die Gründungsväter des Faches sahen die öffentliche Meinung, die Öffentlichkeit selbst und das Medium „Zeitung“ als etwas

³⁷¹ Vgl. Universitätsbibliothek Leipzig: Der Nationalökonom und Zeitungskundler Karl Bücher. Die Leipziger Jahre 1892-1930. <http://www.ub.uni-leipzig.de/allgemein/ausstellungsarchiv/ausstellungen-2012/der-nationaloekonom-und-zeitungskundler-karl-buecher.html#c2416> (18.04.2014)

³⁷² Ebd.

³⁷³ Vgl. Ebd.

³⁷⁴ Vgl. Ebd.

³⁷⁵ Vgl. Ebd. sowie Hannerer/Steininger, 2009: S.26ff

³⁷⁶ Vgl. Lacasa, 2008: S.4f

³⁷⁷ Vgl. Ebd.

³⁷⁸ Vgl. Ebd.

³⁷⁹ Vgl. Ebd.

Unzertrennliches an.³⁸⁰ Das Eine konnte ohne das Andere nicht sein. Durch Zeitungen war Öffentlichkeit möglich, zugleich legitimierte Öffentlichkeit aber auch den Bedarf an Zeitungen.³⁸¹ Welche Motivation verfolgten die Gründungsväter jedoch, um eine Zeitungswissenschaft zu etablieren? Problematisch zu dieser Zeit war das im öffentlichen Diskurs heftig diskutierte und polemisierte Medium selbst, sowie auf der anderen Seite der Wunsch durch die Zeitungswissenschaft eine Plattform für die eigenen Theorien zu entwerfen und diese auch zu veröffentlichen.³⁸² Lacasa formuliert die These, dass es den Gründern nicht um rein wissenschaftliche Zwecke bei der Etablierung des Faches in der Gesellschaft und Wissenschaft gegangen sei.³⁸³ Sie hätten die Zeitungswissenschaft als „publizistische Aktion“ betrieben und publizistische Methoden angewendet, um auf diese Art eine Öffentlichkeitsarbeit für das Fach zu schaffen.³⁸⁴

Ziel der Autoren war es nicht nur die Wirkung und das Ansehen der Zeitung zu stärken, sondern auch die Interdependenzen zwischen dem Medium Zeitung und der öffentlichen Meinung und Öffentlichkeit aufzuzeigen.³⁸⁵ Diese Phase der Zeitungswissenschaft benannte die Gründe für die Entstehung des Fachs und versuchte mittels Öffentlichkeitsarbeit jenes zu etablieren. Es sollte sich ausschließlich als autonom verstehen und als alleinige Disziplin der Zeitung, um sich dadurch auch der öffentlichen Meinung annehmen zu können.³⁸⁶

Averbeck / Kutsch stellen fest, dass die Forschung in der Identifikationsphase der Zeitungswissenschaft sich eher an der strategischen Kommunikation und ihren Steuerungsmechanismen orientierte, als an den sozialen und damit auch an der interpersonalen Kommunikation.³⁸⁷ Auf der anderen Seite befasste sich die Zeitungswissenschaft mit dem Individualjournalisten oder der publizistischen Persönlichkeit und thematisierte die Berufsideologie anstelle von Berufswirklichkeit.³⁸⁸ In 20er und 30er Jahre sind viele Doktorarbeiten zu publizistischen Persönlichkeiten verfasst worden und beschäftigten sich mit den Werten, Vorstellungen und Ideologien dieser Persönlichkeiten.³⁸⁹ Die interpersonale Kommunikation fand um die

³⁸⁰ Vgl. Ebd.

³⁸¹ Vgl. Ebd.

³⁸² Vgl. Ebd.

³⁸³ Vgl. Ebd.

³⁸⁴ Vgl. Lacasa, 2008: S.5ff

³⁸⁵ Vgl. Ebd.

³⁸⁶ Vgl. Ebd.

³⁸⁷ Vgl. Averbeck/Kutsch, 2004: S.57f

³⁸⁸ Vgl. Hömberg, 1987: S.619f

³⁸⁹ Vgl. Hömberg, 1987: S.623

Individualjournalisten herum statt und wurde erst mit der Entstehung von Massenkommunikation und organisationstheoretischer Überlegungen in den Hintergrund gelenkt.³⁹⁰ Durch die Ansicht, dass Massenkommunikation nicht nur eine Struktur besaß, sondern auch als eine Institution und als ein System funktionierte, wurden neue Perspektiven für das journalistische Berufsbild entworfen.³⁹¹

*„Das Fach selbst ist ein Produkt der Medienmoderne, wie die Soziologie eines der Moderne ist. So war es wohl nicht zufällig, dass es gerade Soziologen und Zeitungswissenschaftler gemeinsam waren, die, oft auch als einzelne Forscherpersönlichkeiten mit Kenntnissen in beiden Gebieten, Fragen nach der Relevanz und nach den Mechanismen öffentlicher Kommunikation stellten.“*³⁹²

Der Fokus der Gründungsväter auf öffentliche Kommunikation, sowie das Medium Zeitung lässt hier eine wesentliche Wurzel des Faches deutlich werden. Durch ihre Überlegungen und Bemühungen das Fach als eigene Wissenschaft zu etablieren, haben sie zu Problemdefinitionen und Forschungsschwerpunkten beigetragen. Interpersonale Kommunikation wird nicht als Argument angeführt, um die Zeitungswissenschaft als eigenständige Wissenschaft zu etablieren. Öffentlichkeitsarbeit, Medien und öffentlicher Diskurs sind die Themen, die als erste Schritte des Faches gedeutet werden können. Durch die Interdependenzen zwischen Zeitung und Öffentlichkeit, ist eine Wissenschaft, die sich bemüht relevante Erkenntnisse über dieses Phänomen zu Zeiten der sozialen Unsicherheit und der Weltkriegspresse zu erarbeiten, ein besserer Kandidat um sich als Fach zu etablieren, als eine Wissenschaft, die sich mit zwischenmenschlichen Beziehungen und Handlungen beschäftigt.

³⁹⁰ Vgl. Hömberg, 1987: S.619

³⁹¹ Vgl. Ebd.

³⁹² Ebd.

3.2.2. Aufbruch – Untergang – Wiederaufbau

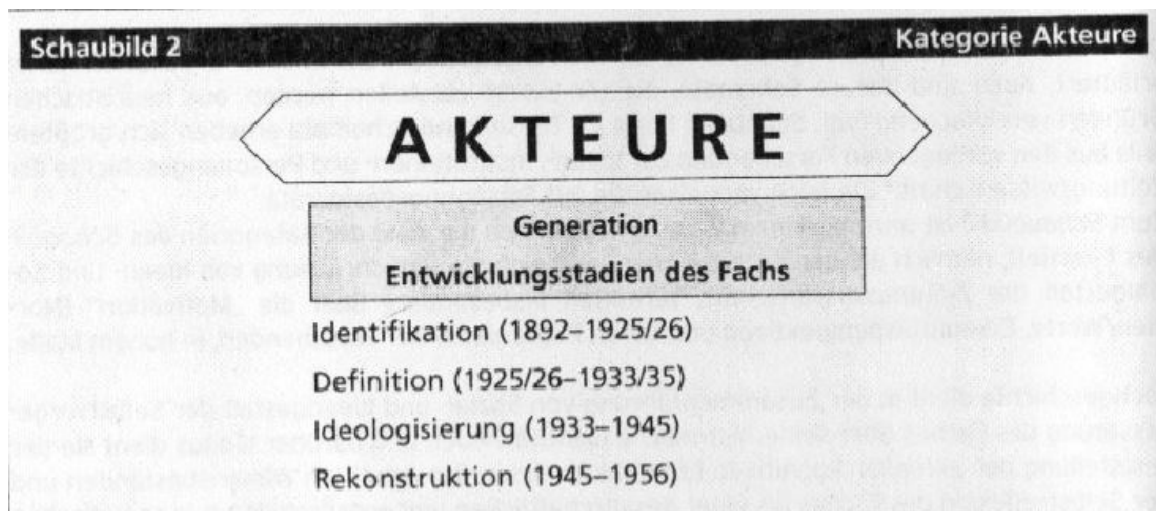


Abb. 10: Kommunikationswissenschaft und ihre Phasen aus Auerbeck/Kutsch, 2004: S.56

In der Periode der Weimarer Republik begann die Etablierung der Zeitungswissenschaft. Primär ging es um das Finden und Formulieren von Problemen und Forschungsgegenständen. Man bezog sich hauptsächlich auf das Medium „Zeitung“.³⁹³ Man erweiterte in der Zeit von 1925 bis 1935 die Ansichten und Konturen des Faches vom bloßen Materialobjekt „Zeitung“ zu einem eher funktionalen Medienverständnis, das sowohl Hörfunk als auch Film mitberücksichtigte.³⁹⁴ Dies ermöglichte der Zeitungswissenschaft interdisziplinäre Bezüge zu schaffen und sich als eine Wissenschaft anzusehen, die eine

[...] „Vermittlungsfunktion zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Kreisen und Interessen, einschließlich Publikumsinteressen [erkennt, S.P.] und theoretisch als disziplinär-exklusives Formalobjekt begründet.“³⁹⁵

Dadurch entwickelte sich ein Raum für erste sozialwissenschaftliche Forschungsbemühungen, die oft in Kooperation mit der Soziologie ausgeführt wurden.³⁹⁶ Erkenntnisobjekt in dieser Zeitphase war die öffentliche Kommunikation, sowie die Öffentlichkeit. Dabei wurden zwischen Gesellschaft, Kommunikation und Individuum

³⁹³ Vgl. Auerbeck/Kutsch, 2004: S.59f

³⁹⁴ Vgl. Ebd.

³⁹⁵ Ebd.

³⁹⁶ Vgl. Ebd.

Prozesse vermutet, die massenpsychologisch und mit klassischen Reiz-Reaktions-Schemata theoretisiert wurden.³⁹⁷ Betrachtet man nun die Phase der Ideologisierung, wird man feststellen, dass es zu Zeiten des Nationalsozialismus eine bedeutsame Richtungsänderung innerhalb der Zeitungswissenschaft gegeben hat. Diese Richtungsänderung äußerte sich in einer Verformung und Veränderung der wissenschaftlichen Leitsätze der Zeitungswissenschaft, um diese mit nationalsozialistischem Gedankengut in Einklang zu bringen.³⁹⁸ Dabei galten der Führerstaat und der Fokus auf das Materialobjekt Zeitung als Ausgangspunkte für wissenschaftliche Forschung.³⁹⁹ Das Dritte Reich ordnete an, dass jegliche Interdisziplinarität vollständig aufgegeben wurde und das Fach durch fach-externe Faktoren hauptsächlich stabilisiert und mit disziplinärer Exklusivität ausgestattet wurde.⁴⁰⁰ Wissenschaftsorganisationen bestimmten den Charakter des Faches. Diese verbannten die Interdisziplinarität sowie die ersten sozialwissenschaftlichen Ansätze, die in der Phase der Definitionen aufgekommen waren.⁴⁰¹ „Von der Presse kommen wir, bei der Presse bleiben wir.“⁴⁰² Dies war der Leitsatz der Zeitungswissenschaft zu Zeiten des Nationalsozialismus. Das Ziel war, dass die Forschung möglichst nah am Materialobjekt der Zeitung zu betreiben war und Ausbildungsmöglichkeiten und Praxisnähe als Kompetenz angeboten wurden.⁴⁰³ Die Wissenschaftsorganisationen um Walther Heide führten eine Selbstgleichschaltung nach dem Prinzip des Führers in der Zeitungswissenschaft durch und erlaubten so eine strikte Organisation mit klaren Aufgaben und Zielen.⁴⁰⁴ Dissertationsthemen wurden kontrolliert und in den meisten Fällen vorgegeben. Bei nicht-konformen Verhalten drohten Sanktionen und Ausschluss aus der Zeitungswissenschaft.⁴⁰⁵ Auch wenn die Gründungsväter aus der Weimarer Republik auf ihren Professuren verblieben waren und dabei keine nationalsozialistische Zeitungswissenschaft vertraten, so fügten sie sich dem System und der strikten Organisation.⁴⁰⁶ Schließlich wurde ein hierarchisches Kommunikationsverständnis vom „Führungsmittel“ Zeitung entworfen, so dass man als damaliger Student schwer zwischen

³⁹⁷ Vgl. Ebd.

³⁹⁸ Vgl. Auerbeck/Kutsch, 2004: S.60f

³⁹⁹ Vgl. Ebd.

⁴⁰⁰ Vgl. Ebd.

⁴⁰¹ Vgl. Ebd.

⁴⁰² Ebd.

⁴⁰³ Vgl. Ebd.

⁴⁰⁴ Vgl. Ebd.

⁴⁰⁵ Vgl. Ebd.

⁴⁰⁶ Vgl. Ebd.

den Ausführungen von Dovifat und d'Ester und den nationalsozialistischen Zeitungswissenschaftlern Hollmann und Kurth unterscheiden konnte, wenn diese vom Materialobjekt Zeitung sprachen.⁴⁰⁷

Die Ideologie des Dritten Reiches ist Kern- und Herzstück und zugleich auch Instrument und echte Überzeugung in der Zeitungswissenschaft ab 1933.⁴⁰⁸ Öffentlichkeit und öffentliche Kommunikation verkommt zur Propaganda, die als legitimes Aufklärungsmittel für das Volk gilt.⁴⁰⁹ Horst Pöttker unterteilt die Ideologie der Zeitungswissenschaft in sogenannte „Idealtypen“. *An erster Stelle* nennt er die totale Konformität und bezieht sich dabei auf die bedingungslose Identifikation mit den Ideen, Zielen und Vorgaben des Nationalsozialistischen Regimes und der Bereitschaft diese auch umzusetzen und Verbrechen zu begehen.⁴¹⁰

An zweiter Stelle illustriert Pöttker die Ideologische Konformität und beschreibt damit das Orientieren an und das Identifizieren mit den Vorgaben des Regimes, allerdings würde die Bereitschaft fehlen im Namen des Reiches Straftaten und Verbrechen zu begehen.⁴¹¹ Grundsätzlich wird die ideologische Übernahme von den Regimeinhalten durch Aussagen und Überzeugungen des Handlungssubjekts getätigt, welche vom Häufigkeits- und Intensitätsgrad abweichen.⁴¹²

Drittens wird der Opportunismus vorgestellt und rückt damit die Sichtweise nicht mehr auf die Inhalte der nationalsozialistischen Propaganda. Ausgangspunkt ist der Handlungssinn der Handlungssubjekte, die das nationalsozialistische Regime höchstens als eine unvermeidliche Rahmenbedingung sehen.⁴¹³ Das Subjekt hat die Motivation seine eigenen Interessen zu verfolgen, wie z.B. ökonomische Vorteile, beruflicher Erfolg und Machteinfluss. Es verfolgt daher eine instrumentelle Handlungsart, die sich situativ abspielt und den eigenen Vorteilen entspricht, ohne dabei politische Übereinstimmung mit dem Regime vorzuweisen.⁴¹⁴

Die vierte Kategorie hat einen ähnlichen Charakter, wie die Antwortoption „Sonstiges“ bei Fragebögen. Pöttker fasst diese als „Normales Alltagshandeln“ auf und definiert damit ein Handeln, dass die Subjekte unabhängig vom Regime praktiziert haben.⁴¹⁵ Damit sind

⁴⁰⁷ Vgl. Ebd.

⁴⁰⁸ Vgl. Averbek/Kutsch, 2004: S.62

⁴⁰⁹ Vgl. Ebd.

⁴¹⁰ Vgl. Pöttker, 2004: S.43

⁴¹¹ Vgl. Pöttker, 2004: S.44

⁴¹² Vgl. Ebd.

⁴¹³ Vgl. Pöttker, 2004: S.45

⁴¹⁴ Vgl. Ebd.

⁴¹⁵ Vgl. Pöttker, 2004: S.47

z.B. übliche berufliche und familiäre Pflichten gemeint, die das Subjekt zum Überleben und Erhalt des eigenen Selbst und seiner Familie braucht. In einigen Fällen macht sich das Regime das Alltagshandeln zu Nutze und klärt nicht alle Pflichtbewussten auf. Pöttker führt hierfür das Beispiel des Lokführers an, der Transporte in ein Konzentrationslager tätigt, ohne sich dessen bewusst zu sein, wen er zu welchem Zweck an diese Orte transportiert.⁴¹⁶ Dies kann auch auf die Situation der Forscher übertragen werden, die den Forschungsalltag als gängige Praxis ansehen. Diese alltägliche Wahrnehmung hat für ein Gefühl der Normalität gesorgt, weshalb man sich nicht in der Lage gesehen hat sich z.B. gegen das Regime zu stellen.

Die Opposition ist *die fünfte Kategorie* und beschreibt Handlungen des Subjekts, die gegen das Regime laufen und eine Auflösung oder Strukturveränderung anstreben.⁴¹⁷

Das System begegnet diesem Handeln mit Sanktionen unterschiedlicher Intensivität bis zur physischen Vernichtung.⁴¹⁸

Schließlich bestimmt Pöttker die *letzten beiden Kategorien als Emigration und innere Emigration*. Die erste Kategorie greift eine Handlungsweise auf, die das Subjekt aus unterschiedlichen Gründen zum Verlassen des Staates führt.⁴¹⁹ Das Problem, das sich an dieser Stelle aufzeigt, ist, dass die Motive für die Emigration auch opportunistischer Natur sein konnten, weswegen Emigration nicht immer für Opposition stehen konnte.⁴²⁰ Die Entscheidung zu emigrieren ist in den meisten Fällen nicht freiwillig geschehen, sondern durch repressive Aktivitäten des Regimes begründet worden. Innere Emigration kennzeichnet eine [...]

„Handlungsweise, die dem Regime gegenüber so distanziert ist, dass sie ihm – im Unterschied zum Alltagshandeln, aber ähnlich wie ‚äußere‘ Emigration – die Ressource der eigenen Qualifikation entzieht. Von Opposition dagegen unterscheidet sich innere Emigration dadurch, dass sie das Risiko der Verfolgung durch das Regime meidet.“⁴²¹

Pöttker zieht das Fazit, dass von allen Handlungstypen, die zu Zeiten des Nationalsozialismus möglich gewesen seien, der größte Anteil an Handlungen seitens der

⁴¹⁶ Vgl. Ebd.

⁴¹⁷ Vgl. Pöttker, 2004: S.48

⁴¹⁸ Vgl. Ebd.

⁴¹⁹ Vgl. Pöttker, 2004: S.49ff

⁴²⁰ Vgl. Ebd.

⁴²¹ Ebd.

deutschen Zeitungswissenschaftler im oberen Drittel anzusiedeln sei.⁴²²

Damit bewegen sich die Akteure der Zeitungswissenschaft zwischen totaler, ideologischer Konformität und Opportunismus.⁴²³

In der Nachkriegszeit befindet sich das Fach in einer Rekonstruktionsphase und versucht sich als Wissenschaft neu zu etablieren.⁴²⁴ Dabei wird darauf geachtet, dass keine Bezüge zum nationalsozialistischen Gedankengut und somit eine Entideologisierungstendenz vorherrscht.⁴²⁵ Formalobjekt zu dieser Zeit ist der publizistische Prozess und somit die [...] „durch Medien hergestellte öffentliche Kommunikation [...]“.⁴²⁶ Die soziale Kommunikation, die in Ansätzen in der zweiten Phase der Zeitungswissenschaft vorgestellt worden ist, wurde wissenschaftlich nicht weiter ausgebaut. Viel mehr herrschte Einigung darüber, dass durch die Folgen der Diktatur, des Weltkrieges und die Instrumentalisierung von öffentlicher Kommunikation ein Gesellschaftsbild entworfen wurde, welches (öffentliche) Kommunikation in vielen Fällen als [...] „einseitig gerichtete, mediale Information und beabsichtigte Persuasion [...]“ verstanden und systematisiert hatte.⁴²⁷ Ferner wurde eine starke Orientierung an allen publizistischen Medien beobachtbar, die mit dem Wunsch einherging eine neue Selbstvergewisserung im Fach zu erklären.⁴²⁸ Schütz argumentiert, dass die Aufarbeitung der eigenen Geschichte und Rolle zu Zeiten des Nationalsozialismus eher sparsam durchgeführt worden sei und man noch in vielen Fällen mit nationalsozialistischer Literatur oder personeller Identität, wie das Institut für Zeitungswissenschaft in München im Namen von Karl d'Ester, konfrontiert worden sei.⁴²⁹ Schütz stellt fünf Werke vor, die er nicht als „braune Literatur“ titulierte und welche zwischen 1945-1949 publiziert wurden. Er kritisiert, dass in den meisten Werken, die Aufarbeitung der nationalsozialistischen Vergangenheit nur teilweise oder kaum Beachtung geschenkt werde.⁴³⁰ Einzig Walter Hagemanns Ausführungen würden eine Analyse der damaligen Situation tiefgründig darstellen.⁴³¹ Exemplarisch sei an dieser Stelle die Situation in Münster erwähnt, so schreibt Schütz:

⁴²² Vgl. Pöttker, 2004: S.52

⁴²³ Vgl. Ebd.

⁴²⁴ Vgl. Averbek/Kutsch, 2004: S.62f

⁴²⁵ Vgl. Ebd.

⁴²⁶ Ebd.

⁴²⁷ Vgl. Ebd.

⁴²⁸ Vgl. Ebd.

⁴²⁹ Vgl. Schütz, 2004: S.146f

⁴³⁰ Vgl. Ebd.

⁴³¹ Vgl. Ebd.

[...] „Hier stand ein Fundus an Literatur bereit, den es zu nutzen galt und von dem die Studierenden auch intensiv Gebrauch machten. Darunter war auch ‚braune Literatur‘ reichlich vertreten; das nahm man zur Kenntnis als Produkt einer Zeit, die zum Glück vorüber war, aber den Alltag der damals studierenden Generation bestimmt hatte. [...] Wer so bis 1945 schreiben wollte, durfte es dann nicht mehr. Wer so schreiben musste, brauchte es nach 1945 nicht mehr [Hervorhebung im Original, S.P.].“⁴³²

Fachgeschichtlich lassen sich an dieser Stelle nun die Gründe für den Stellenwert interpersonalen Kommunikation wie folgt zusammenfassen: In allen Phasen der Zeitungswissenschaft spielen Faktoren eine Rolle, die sowohl Material- als auch Formalobjekt der Disziplin bestimmen. Der Bedarf an öffentlicher Kommunikation muss gedeckt werden und stellt interpersonale Kommunikation in den Hintergrund. Die Zeitungswissenschaft ist Teil einer (sozialen) Umwelt und reagiert auf die jeweiligen Anforderungen und Ansprüche der Gesellschaft. Öffentlichkeit und öffentlicher Diskurs sind Hauptgründe für die Etablierung dieser Wissenschaft in ihren allerersten Gehversuchen. Gesellschaftliche Relevanz ist durch das Schaffen von Öffentlichkeit und dem öffentlichen Diskurs über gesellschaftliche Themen gegeben. Diesem Legitimationsanspruch der Zeitungswissenschaft kann eine Orientierung zur interpersonalen Kommunikation kaum Stand halten, weil die Auswirkungen des zweiten Weltkriegs beispielsweise eine soziale Unsicherheit in der Gesellschaft schafften und die Presse den öffentlichen Diskurs bestimmte. Letztendlich ist die Idee der Gründer nachvollziehbar. Über Zeitung reden, heißt über die Öffentlichkeit reden. Dies ist die Chance eine Wissenschaft zu etablieren, die sich mit dem Medium und der Öffentlichkeit befasst.

Propaganda und instrumenteller Missbrauch sind zwei weitere Argumente, die gegen eine Orientierung zur interpersonalen Kommunikation sprechen. So wird durch die Selbstgleichschaltung und nationalsozialistische Ideologie Forschung betrieben, die dem Regime dienen und Propaganda als Volksaufklärungsmittel verbreiten soll. Wissenschaftliche Organisationen bestimmen den Rahmen und die Erkenntnisperspektive für die Forschungsvorhaben und drohen bei Abweichung mit Aberkennung und Sanktionen.

Schließlich wird in der vierten Phase ein Neuanfang gewagt, allerdings dominieren der Umgang mit den frischen Erfahrungen und Erkenntnissen aus dem zweiten Weltkrieg und der Rolle der Zeitungswissenschaft das Formal- und Materialobjekt. Kommunikation

⁴³² Schütz, 2004: S.149

wird einseitig definiert und man unterstellt ihr Persuasion. Publizistische Medien sind von stärkerem Interesse für die Aufarbeitung und Selbstfindung des Faches.

3.3. Wissenschaftstheorie als Analyseinstrument für die Kommunikationswissenschaft

Wissenschaftstheorie als eine Teildisziplin der Philosophie beschäftigt sich mit den Bedingungen, Strukturen und Funktionen von Wissenschaft.⁴³³ Sie thematisiert, was Wissenschaft als Tätigkeit, aber auch als Institution, nicht nur ausmacht sondern was sie überhaupt zu leisten imstande ist.⁴³⁴ Ferner sind logische, methodologische und erkenntnistheoretische Grundlagen der empirischen Wissenschaften Gegenstand wissenschaftstheoretischer Überlegungen.⁴³⁵ Es gilt zwischen allgemeiner und spezieller Wissenschaftstheorie zu unterscheiden. Die *allgemeine* Wissenschaftstheorie beschäftigt sich mit logischen, methodologischen und erkenntnistheoretischen Grundlagen, die für alle empirischen Wissenschaften gelten.⁴³⁶ Die Aussagekraft von empirischen Hypothesen oder das korrekte Anwenden von Methoden zur Erhebung von Daten können als Beispiel angeführt werden. Die *spezielle* Wissenschaftstheorie befasst sich mit Grundlagenproblemen einzelner Wissenschaften und konzentriert sich auf die Klärung von Fragen innerhalb einer Wissenschaft. Es gibt zusätzlich noch die *vergleichende* Wissenschaftstheorie, die Unterschiede, Gemeinsamkeiten und inhaltliche Zusammenhänge zwischen verschiedenen (Einzel-)Wissenschaften untersucht.⁴³⁷ Das bekannteste Beispiel für vergleichende Wissenschaftstheorie sind Untersuchungen zwischen empirischen Sozialwissenschaften und den Naturwissenschaften. Dies trifft speziell im Fall der Methodenwahl zu und lässt daher Fragen entstehen, ob Sozialwissenschaften dieselben Methoden wie Naturwissenschaften anwenden sollen oder sich anderen methodischen Ansätzen widmen.⁴³⁸ Die vergleichende Wissenschaftstheorie beschäftigt sich ebenfalls mit dem Vorwurf, dass naturwissenschaftliche Erkenntnis eine höhere Aussagekraft habe, als geistes- und

⁴³³ Vgl. Tetens, 2013: S.7f

⁴³⁴ Vgl. Ebd.

⁴³⁵ Vgl. Lauth/Sareiter, 2002: S.11f

⁴³⁶ Vgl. Ebd.

⁴³⁷ Vgl. Ebd.

⁴³⁸ Vgl. Ebd.

sozialwissenschaftliche Aussagen.⁴³⁹ Naturwissenschaften hätten den Vorteil, dass das Erkenntnisobjekt frei von menschlicher Tätigkeit und insbesondere unabhängig von menschlichen Interessen und Zwecken zu beobachten sei.⁴⁴⁰ Die Welt und Natur verhält sich autark gegenüber dem Erkenntnissubjekt.⁴⁴¹ Durch wiederholbare Beobachtungen und Experimente und einer mathematisch-exakt und somit unmissverständlichen Sprache sind Erkenntnisse von höherem Wert.⁴⁴²

„Die Pointe dieser Auffassung liegt darin, daß naturwissenschaftliche Resultate gerade deshalb als Wissen ausgezeichnet werden, weil Gegenstand und Methoden der Naturwissenschaften neutral gegenüber menschlichen Interessen seien.“⁴⁴³

(Vergleichende) Wissenschaftstheorie eruiert, in welchem Ausmaß diese Auffassung zutrifft und welche Pro- und Kontraargumente anzuführen sind.

Wissenschaftstheorie ist ein unverzichtbarer Bestandteil jeglicher wissenschaftlicher Tätigkeit. Heinrich Homberg definiert zur Verdeutlichung ein wissenschaftstheoretisches Grundgesetz. Der Erkenntnisprozess sei zweiseitig.⁴⁴⁴ Auf der einen Seite erarbeite Wissenschaft neue Kenntnisse, indem sie den Erkenntnisgegenstand ausforschen würde.⁴⁴⁵ Auf der anderen Seite mache sie sich bewusst, welche Bedingungen ihres gezielten Zugangs zum Erkenntnisgegenstand vorherrschen und wie diese verbessert werden können.⁴⁴⁶ Diese Reflexionen nach außen und nach innen sind elementare Bestandteile wissenschaftstheoretischer Ansätze. Wissenschaft und Wissenschaftstheorie sind nicht voneinander zu trennen. Es besteht ein dynamisches Wechselverhältnis zwischen ihnen. Dort, wo Wissenschaft immer weiter vordringt und Erkenntnisse gewinnt, wird die Wissenschaftstheorie mit intensiveren Reflexionen die Voraussetzungen erfassen müssen.⁴⁴⁷ Je klarer die wissenschaftstheoretischen Reflexionen hingegen die Voraussetzungen von Wissenschaft erfassen, desto besser wird

⁴³⁹ Vgl. Janich, 1987: S.68f

⁴⁴⁰ Vgl. Ebd.

⁴⁴¹ Vgl. Ebd.

⁴⁴² Vgl. Ebd.

⁴⁴³ Ebd.

⁴⁴⁴ Vgl. Rombach, 1974: S.9f

⁴⁴⁵ Vgl. Ebd.

⁴⁴⁶ Vgl. Ebd.

⁴⁴⁷ Vgl. Rombach, 1974: S.11

jene sich dem Erkenntnisobjekt nähern können.⁴⁴⁸ Wissenschaftstheorie sollte aus diesem Grunde stets ein wesentlicher Bestandteil aller Einzelwissenschaft sein.

Unterschiedliche Ansichten und Diskurse prägten die Wissenschaftstheorie im Laufe ihrer Entstehung. Um den Rahmen dieser Magisterarbeit nicht zu sprengen, wird auf eine ausführliche Darstellung der Geschichte von Wissenschaftstheorie verzichtet. John Loose zeichnet die historische Komponente von Wissenschaftstheorie sehr ausführlich nach.⁴⁴⁹ Bernhard Lauth und Jamel Sareiter erlauben ebenfalls einen ausführlichen Überblick in die Ideengeschichte der Wissenschaftstheorie und skizzieren Phasen wissenschaftstheoretischer Überlegungen von der Antike bis ins 21. Jahrhundert.⁴⁵⁰ Für diese Magisterarbeit wird eine stark vereinfachte Darstellung der wichtigsten wissenschaftstheoretischen Denkschulen bevorzugt.

		Ontologie	
		Objektiv	Subjektiv
Erkenntnistheorie	Objektiv	Positivismus	
	Subjektiv	Kritische Theorie	Postmodernismus

Abb. 11: Erkenntnistheorie und Ontologiematrix aus Klusmann, 2012: S. 15

Dieses Modell von Klusmann stellt drei wichtige wissenschaftstheoretische Positionen vor. Auf der einen Seite thematisiert die Erkenntnistheorie Bedingungen von Erkenntnis und wie diese gewonnen werden kann.⁴⁵¹ Sie liefert Begründungen dafür, wie man bestimmte Dinge aus der Wirklichkeit auffassen und als gesicherte Erkenntnis – also als Wissen – festhalten kann.⁴⁵² Die Ontologie ist die Seinslehre und thematisiert die

⁴⁴⁸ Vgl. Ebd.

⁴⁴⁹ Vgl. Loose, 1977: S.11ff

⁴⁵⁰ Vgl. Lauth/Sareiter, 2002: S.18fff

⁴⁵¹ Vgl. Klusmann, 2012: S.10f

⁴⁵² Vgl. Ebd.

Möglichkeit des Seins und wie sich das Sein für einen Wahrnehmenden äußert.⁴⁵³ Klusmann bezeichnet damit die individuelle Sicht der Dinge und somit die impliziten Wahrnehmungskategorien, die die Wahrnehmung prägen.⁴⁵⁴

Der **Positivismus** ist ein Ansatz, der bis heute noch sehr dominant der wissenschaftlichen Forschungspraxis in Erscheinung tritt.⁴⁵⁵ Der Ansatz hatte seinen Ursprung in der Antike, trat aber am Ende des Mittelalters und in der Epoche der Aufklärung erstmals stärker in den Vordergrund.⁴⁵⁶ Der kirchlichen Dominanz und Weltanschauung wurde ein (wissenschaftliches) Denken gegenübergestellt, das sich mit (beobachtbaren) Naturphänomenen auseinandersetzt.⁴⁵⁷ Das positivistische Weltbild ging davon aus, dass

„ [...] der Mensch durch die mechanische Welt extern determiniert ist. Die Welt existiert also auch außerhalb unseres Verstandes und uns selbst. Sie unterliegt insgesamt bestimmten kausalen Gesetzmäßigkeiten, die mathematisch berechnet und statistisch vorherbestimmt werden können, wenn nur genug wissenschaftliche Leistung eingebracht wird.“

Der Positivismus hat den Begriff der „Erfahrung“ maßgeblich geprägt. Erkenntnis, die auf Sinnesorgane fußt, wird erst durch die verstandesbasierte Erfahrung zum gesicherten Wissen.⁴⁵⁸ Durch die einzelne Beobachtung bzw. Erfahrung wird eine Theorie formuliert, die für das zu Beobachtende allgemein zutreffen soll.⁴⁵⁹ Diesen Vorgang nennt man Induktion. Viele beobachtbare Einzelfälle belegen die Allgemeingültigkeit einer wissenschaftlichen Theorie.⁴⁶⁰ Die Deduktion ist der andere Weg, wie man zur wissenschaftlichen Erkenntnis gelangen kann. Es wird vom Allgemeinen auf das Einzelne geschlossen, d.h. ein Einzelfall wird einer bestimmten allgemeinen Regel zugeordnet.⁴⁶¹ Wichtige Vertreter des Induktionsprinzips sind John Stuart Mill, Francis Bacon und David Hume. Deduktion würde nur ableiten, was die Induktion bereits eruiert habe.⁴⁶² Der Mensch wisse nur so viel, wie er es durch Versuche und Beobachtungen bemerken könne, darüber hinaus wisse er gar nichts.⁴⁶³ Man könne nur über die

⁴⁵³ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁴ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁵ Vgl. Klusmann, 2012: S.19fff

⁴⁵⁶ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁷ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁸ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁹ Vgl. Ebd.

⁴⁶⁰ Vgl. Lauth/Sareiter, 2002: S.36

⁴⁶¹ Vgl. Ebd.

⁴⁶² Vgl. Klusmann, 2012: S.24

⁴⁶³ Vgl. Ebd.

Sinneswahrnehmungen zur Erkenntnis gelangen und auch darüber aussagen.⁴⁶⁴ Hinter den Sinneswahrnehmungen vermutete Gesetzmäßigkeiten seien nicht zugänglich.⁴⁶⁵ John Locke, der ebenfalls für die Induktion plädiert, konstatiert, dass der Verstand wie das Auge auch Dinge wahrnehmen und erkennen könne.⁴⁶⁶

„Die unbezweifelbaren Grundlagen unserer Kenntnisse vom Leben und der Natur sind Einzeltatsachen, die der Verstand benutzt, indem er Schlüsse daraus zieht, die zu beständigen Regeln des Wissens und deshalb auch des praktischen Lebens werden können.“⁴⁶⁷

Wittgenstein, Carnap und Philosophen des Wiener Kreises betonen neben den empirisch-beobachtbaren Wahrheiten die Notwendigkeit von logisch ableitbaren Wahrheiten des Verstandes.⁴⁶⁸ Als Wegbegründer ihrer wissenschaftstheoretischen Ausführungen gilt der Philosoph Rene Descartes. Der französische Philosoph setzte voraus, dass der Mensch bereits mit Wissen auf die Welt kam.⁴⁶⁹ Er verfolgte das Ziel das Erkenntnissubjekt vom Erkenntnisobjekt zu trennen und überlegte aus dieser isolierten und objektiven Position heraus die Welt wahrzunehmen.⁴⁷⁰ Die Sinneseindrücke sollten eingegrenzt werden und jede Erfahrung, die auf die Sinne aufbaut, könnte täuschen. Daher zweifelte Descartes an allem, was nicht beweisbar war.⁴⁷¹ Doch der Gedanke daran, dass er zweifelte, war vorhanden und damit musste auch der Denkende vorhanden sein. „Cogito ergo sum“ – Ich denke also bin ich – ist die einzig beweisbare und existentielle Wahrheit.⁴⁷² Diese objektive Position des Wissenschaftlers ist der Ausgangspunkt für gesicherte Erkenntnis, die durch logische Ableitung eruiert wird.⁴⁷³

Die Kritik an dieser wissenschaftstheoretischen Position bezieht sich auf die vermeintliche Objektivität.⁴⁷⁴ Wertefreiheit kann nicht garantiert werden, da der Forscher als Forschungssubjekt stets Teil des Forschungsprozesses ist.⁴⁷⁵ Ferner ist die Wahl der Methode und einer Stichprobe eine bewusste Auswahl eines Subjekts und letztendlich

⁴⁶⁴ Vgl. Hume, 1973: S.92

⁴⁶⁵ Vgl. Ebd.

⁴⁶⁶ Vgl. Locke, 1978: S.22f

⁴⁶⁷ Locke, 1978: S.36

⁴⁶⁸ Vgl. Klusmann, 2012: S.29

⁴⁶⁹ Vgl. Ebd.

⁴⁷⁰ Vgl. Ebd.

⁴⁷¹ Vgl. Ebd.

⁴⁷² Vgl. Ebd.

⁴⁷³ Vgl. Klusmann, 2012: S.31

⁴⁷⁴ Vgl. Klusmann, 2012: S.33f

⁴⁷⁵ Vgl. Ebd.

keine objektive Tätigkeit.⁴⁷⁶ Experimentelle Forschung baut auf Modellen auf, die eine Konstruktion menschlichen Geistes sind und somit eine subjektive Anfertigung einer Wirklichkeit.⁴⁷⁷ Die wahrzunehmende Welt ist komplexer als mathematische Formeln dies greifbar machen.⁴⁷⁸

Der **Postmodernismus** ist eine Gegenposition zur ontologischen Weltanschauung des Positivismus. Der Mensch ist nicht durch eine mathematisch-mechanische Welt determiniert.⁴⁷⁹ Viel mehr konstruiert er als ein sinnschaffendes Subjekt unterschiedliche Zugänge zur Welt.⁴⁸⁰ Wahrheit ist ein subjektives Produkt menschlicher Erkenntnis und hat nicht den dogmatischen Charakter des Positivismus.⁴⁸¹ Wissenschaftliche Erkenntnisse beruhen auf einem interpretativen Ansatz der Wirklichkeit. Es gibt nicht „die Wahrheit“, die immer gültig ist, sondern unterschiedliche Wahrheiten.⁴⁸² Wissenschaft ist stets ein Produkt eines Subjekts, das Teil der zu erforschenden Welt ist. Dabei wird Wissen und Erkenntnis durch Sprache konstituiert und festgehalten.⁴⁸³ Die Sprache hat im Postmodernismus einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Erkenntnisgegenstandes. Sie lässt Raum für Deutungen, ist fehlbar und unpräzise und ebenfalls Konstrukt menschlichen Geistes.⁴⁸⁴

Die Kritik am Postmodernismus äußert sich auf die Art, dass Erkenntnisse zu situativ und fokussiert auf Momentaufnahmen seien und deshalb keine repräsentativen Ergebnisse liefern könnten.⁴⁸⁵ Ferner beschuldigen Positivisten die Postmodernisten, dass sie keine eigenen relevanten Erkenntnisse erzeugen würden, sondern sich nur darauf konzentrieren würden die empirischen Arbeiten zu kritisieren und dafür allerdings keine besseren Vorschläge anbieten könnten.⁴⁸⁶ Die Frage des wissenschaftlichen Nutzens von postmodernen Erkenntnissen sei ebenfalls ungeklärt.

Die **Kritische Theorie** schließlich hat den Zweck den Menschen aus „[...] der passiven Empfängnis [...] zur aktiven kritischen Auseinandersetzung mit der Wahrheit und

⁴⁷⁶ Vgl. Ebd.

⁴⁷⁷ Vgl. Ebd.

⁴⁷⁸ Vgl. Ebd.

⁴⁷⁹ Vgl. Klusmann, 2012: S.44f

⁴⁸⁰ Vgl. Ebd.

⁴⁸¹ Vgl. Ebd.

⁴⁸² Vgl. Ebd.

⁴⁸³ Vgl. Ebd.

⁴⁸⁴ Vgl. Klusmann, 2012: S.47

⁴⁸⁵ Vgl. Klusmann, 2012: S.49

⁴⁸⁶ Vgl. Ebd.

Wirklichkeit [hinauszuführen, S.P.].⁴⁸⁷ Dies kann man bildlich mit Fesseln unterlegen. Der Mensch ist mit Fesseln in einer bestimmten Wahrnehmung der Umwelt gefangen. Durch das Aufbrechen der Fesseln kann der Verstand frei werden und zwischen Wirklichkeit und Schein unterscheiden.⁴⁸⁸ Das was vorher unbewusst war, wird auf diese Weise dem Erkenntnissubjekt bewusst.

Wichtige Vertreter der kritischen Theorie sind Max Horkheimer und Theodor Adorno. Sie gehen davon aus, dass der Mensch durch Macht und Gewalt unterdrückt werde und sich deshalb emanzipieren müsse.⁴⁸⁹ Daher ist das primäre Ziel die Notwendigkeit zur Veränderung der eigenen Wahrnehmung, die Fähigkeit zur Emanzipation und der Befreiung vor Macht und Unterdrückung.⁴⁹⁰ Im Unterschied zum Postmodernismus wird die Welt als real existierend angesehen, allerdings bezweifelt man die Fähigkeit des Menschen jene mit seinen Sinnen und seinem Verstand in Gänze zu erfassen.⁴⁹¹ In diesem Fall überschneidet sich die kritische Theorie mit dem Postmodernismus und geht von einer subjektiven Erkenntnis aus.

*„Der Mensch ist in seinen Handlungen nicht völlig determiniert oder völlig frei. Er erhält einen externen Stimulus, reflektiert und interpretiert diesen mit seinem Verstand und handelt entsprechend.“*⁴⁹²

Die kritische Auseinandersetzung mit den Werten und Ansichten des Erkenntnissubjekts ist eines der wichtigsten Kennzeichen der kritischen Theorie und sollte auch für Forschungsmethoden berücksichtigt werden.⁴⁹³

Kritik an dieser Theorie wird sowohl von den Positivisten als auch von den Postmodernisten ausgeübt. Die Positivisten attestieren ihr Unwissenschaftlichkeit und eine zu starke Konzentration auf Interpretation, so dass keine klaren und aussagekräftigen Ergebnisse garantiert werden können.⁴⁹⁴ Die Postmodernisten kritisieren an der Theorie, dass sie eine reale Welt voraussetze, obwohl diese ein Resultat menschlichen Geistes und Sinneszuweisung sei.⁴⁹⁵

⁴⁸⁷ Klusmann, 2012: S.54f

⁴⁸⁸ Vgl. Ebd.

⁴⁸⁹ Vgl. Klusmann, 2012: S.56f

⁴⁹⁰ Vgl. Ebd.

⁴⁹¹ Vgl. Ebd.

⁴⁹² Ebd.

⁴⁹³ Vgl. Ebd.

⁴⁹⁴ Vgl. Klusmann, 2012: S.57f

⁴⁹⁵ Vgl. Ebd.

3.4. Vom Paradigma zum Fachverständnis

Der allgemeine Überblick über die Wissenschaftstheorie dient zur Einführung in das Thema und soll zu den vier wissenschaftstheoretischen Analyseinstrumenten von Thomas S. Kuhn, Imre Lakatos, Larry Laudan und Maria Löblich überleiten. Setzt man die Ausführungen der vorherigen Kapitel fort, so zeichnet sich in der Geschichte des Faches ein Moment ab, der das heutige Bild der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft maßgeblich prägt. Deutlich wird dies bei der Betrachtung wissenschaftstheoretischer Einflüsse in dem fachgeschichtlichen Bereich, wie z.B. das wissenschaftliche Phänomen des „*Paradigmas*“, das in diesem Kapitel als Einführung dienen soll. Dieses Paradigma wurde von Thomas S. Kuhn in seinem wissenschaftstheoretisch revolutionären Werk „*Die Struktur wissenschaftlicher Revolution*“ eingeführt.⁴⁹⁶ Unter Paradigmata versteht Kuhn [...] „allgemein anerkannte wissenschaftliche Leistungen, die für eine gewisse Zeit einer Gemeinschaft von Fachleuten maßgebende Probleme und Lösungen liefern.“⁴⁹⁷ Diese allgemein anerkannten wissenschaftlichen Leistungen werden in den meisten Fällen nicht hinterfragt. Sie werden zusätzlich von der scientific community implizit und explizit vorausgesetzt und bedingen auf diese Weise auch das wissenschaftliche Forschungsvorhaben.⁴⁹⁸ Jegliche wissenschaftliche Ausführungen methodologischer und theoretischer Art erfolgen ausnahmslos in dem jeweiligen Paradigma.⁴⁹⁹ Kommt es zu einem Paradigmenwechsel, kann man diese Paradigmata nicht miteinander vergleichen, es sei denn, sie befinden sich innerhalb eines bestimmten Theorienansatzes.⁵⁰⁰ Fortschritt ist Kuhns Ansicht nach bei einem Paradigmenwechsel nicht gegeben, unter anderem wegen der Unvergleichbarkeit zweier Paradigmen und den darin enthaltenen Theorien, Methoden und Ansätzen.⁵⁰¹ Allerdings kann man auch nicht die Paradigmata verbannen, da sie die Grundlage jeder wissenschaftlicher Unternehmung sind und sowohl die Fragen als auch die Methoden und den Erkenntnisrahmen maßgebend bestimmen.⁵⁰² Sofern aber innerhalb eines Paradigmas Beobachtung und Theorie nur selten bzw. geringfügig auseinanderfallen, wird das auftretende Problem nicht mehr weiter beachtet und stattdessen auf ein günstigeres Umfeld gehofft, das eine optimalere Einordnung in die

⁴⁹⁶ Vgl. Kuhn, 1999: S.10ff

⁴⁹⁷ Ebd.

⁴⁹⁸ Vgl. Ebd.

⁴⁹⁹ Vgl. Poser, 2001: S.143f

⁵⁰⁰ Vgl. Ebd.

⁵⁰¹ Vgl. Kuhn, 1999: S.57fff

⁵⁰² Vgl. Ebd.

geläufigen Forschungsansätze ermöglicht.⁵⁰³ Häufen sich allerdings die Fälle an Diskrepanzen und Abweichungen, so spricht Kuhn von Anomalien, womit er Widersprüche zur gängigen Grundvorstellung meint.⁵⁰⁴ Das Paradigma wird folglich an den benannten Positionen adaptiert und im Anschluss versuchen Wissenschaftler durch Modifikation der Erkenntnisse eine Rettung des Paradigmas zu erreichen, so dass es den Diskrepanzen weitestgehend entspricht.⁵⁰⁵ Man spricht von einer beginnenden „Grundlagenkrise der Wissenschaft“.⁵⁰⁶ Das alte Paradigma wird noch weitestgehend genutzt und unterstützt, es kommt aber das Verlangen auf ein neues Paradigma zu etablieren, das den Anomalien gerecht wird.⁵⁰⁷ Es kommt schließlich zu einem Paradigmenkampf, bei dem die Argumente innerhalb des jeweiligen Paradigmas ausgefochten werden.⁵⁰⁸ Dabei weist Kuhn auf die erschütternde Erkenntnis hin, dass Paradigmata in ihrer Art inkommensurabel sind und somit keine rationale Diskussion um den Wechsel von einem Paradigma in das Nächste gegeben sein kann.⁵⁰⁹ Es handelt sich dabei viel mehr um einen bloßen Überredungsversuch bzw. ein bloßes Bekehrungserlebnis bei der Diskussion zum Paradigmenwechsel.⁵¹⁰ Eine weitreichendere Auffassung zum Thema bietet unter anderem Mullins: In seinen Augen handelt es sich bei einem Paradigma um ein Glaubenssystem, welches Theorien, Glaubenshaltungen und eine bestimmte Auffassung der eigenen Fachgeschichte kodifiziert.⁵¹¹

Wendet man die Überlegungen von Thomas S. Kuhn nun auf die Problematik des Stellenwerts von interpersonaler Kommunikation innerhalb der Kommunikationswissenschaft an, so kommt man zum Schluss, dass das Paradigma der Öffentlichkeit und der Massenmedien bis heute als die gängige Auffassung innerhalb des Faches ist. Kommunikation wird als Massenkommunikation relevant eingeschätzt und wird daher der dominante Forschungsgegenstand bleiben. Auch wenn die Anomalie in Form der interpersonalen Kommunikation aufgetreten ist, so kam es nicht zu einem Paradigmenwechsel, geschweige denn zu einem Paradigmenkampf. Das Paradigma der Öffentlichkeit und der Massenkommunikation ist in dem Sinne so adaptiert worden, dass

⁵⁰³ Vgl. Poser, 2001: S.149ff

⁵⁰⁴ Vgl. Kuhn, 1999: S.65f

⁵⁰⁵ Vgl. Poser, 2001: S.149ff

⁵⁰⁶ Vgl. Ebd.

⁵⁰⁷ Vgl. Kuhn, 1999: S.66ff

⁵⁰⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁰⁹ Vgl. Poser, 2001: S.151f

⁵¹⁰ Vgl. hierzu Poser, 2001: S.146

⁵¹¹ Vgl. Löblich, 2010: S.26ff

die Anomalie in das Paradigma passt. Interpersonaler Kommunikation wird eine kleine Aufmerksamkeit gewidmet und sie wird als Teil von medialer Kommunikation aufgefasst, wie z.B. in der Anschlusskommunikation über Medieninhalte oder technisch-vermittelte interpersonale Kommunikation.

Imre Lakatos ergänzt die Überlegungen von Thomas S. Kuhn zum Paradigma mit dem Begriff der *Forschungsprogramme*. Er sieht in der wissenschaftlichen Entwicklung einen Prozess von aneinander schließenden bzw. aufeinander aufbauenden Theorienabfolgen, die an bestimmten Grundüberzeugungen, ähnlich dem Paradigma-Begriff von Kuhn, festhalten.⁵¹² Lakatos nennt diese Abfolge „Forschungsprogramme“ und setzt sie aus jeweils einem harten Kern, der die Grundüberzeugungen der jeweiligen Forscher beschreibt, und aus den ihn umgebenden Hilfhypothesen zusammen.⁵¹³ Der harte Kern ist nicht falsifizierbar und abgesichert gegen jegliche Veränderungen. Es wird bei abweichenden Erkenntnissen und Forschungsergebnissen nur der Hilfhypothesengürtel falsifiziert und angepasst.⁵¹⁴ Diese Hilfhypothesen schützen den nicht hinterfragbaren harten Kern des Forschungsprogramms. Kommt es nun zu einer Erkenntnis, die der Hilfhypothese widerspricht, zählt Imre Lakatos zwei Phänomene auf, die die Vorgehensweise der Forscher illustriert. Werden die Erkenntnis und das Problem aus dem Geltungsbereich der Theorie ausgeklammert, kommt es zur *degenerativen Problemverschiebung*.⁵¹⁵ Dies bedeutet, dass man sich der Verantwortung als Wissenschaftler losspricht und schließlich den Gegenstandsbereich soweit modifiziert, so dass die eigenen Hypothesen noch immer Geltung haben. Wird die Erkenntnis und das Problem in den Geltungsbereich der Theorie inkludiert und durch eine neue Hypothese berücksichtigt, die sich mit dem beobachteten Tatbestand deckt, so spricht Lakatos von *progressiver Problemverschiebung*.⁵¹⁶ Die Erkenntnis wird um einen neuen Aspekt erweitert, sie erlangt einen neuen Anwendungsbereich und hat somit auch nach Lakatos Fortschrittscharakter.⁵¹⁷ Lakatos fordert schlussendlich einen theoretischen Pluralismus und ist der Ansicht, dass in der Wissenschaftsgeschichte es zahlreiche abweichende Auffassungen und rivalisierende Forschungsprogramme gab.⁵¹⁸

⁵¹² Vgl. Lakatos, 1974: S.97fff

⁵¹³ Vgl. Poser, 2001: S.158f

⁵¹⁴ Vgl. Ebd.

⁵¹⁵ Vgl. Lakatos, 1974: S.132fff

⁵¹⁶ Vgl. Ebd.

⁵¹⁷ Vgl. Ebd.

⁵¹⁸ Vgl. Poser, 2001: S.162ff

Imre Lakatos' Forschungsprogramme sind in Bezug auf interpersonale Kommunikation auf diese Weise auslegbar. Der harte Kern der Massenkommunikationsforschung hat sich in den Grundüberzeugungen der Forscher widergespiegelt, dass es Massenkommunikation in all ihren Zügen zu erforschen gilt. Um diesen harten Kern gibt es Hilfhypothesen, die beim Auftritt einer konkurrierenden Art von Kommunikation den harten Kern beschützen sollen. Tritt also interpersonale Kommunikation als ein Erkenntnisproblem hinzu, werden jegliche Hypothesen zur Massenkommunikation verworfen, die Massenkommunikation als dominanter Forschungsgegenstand hingegen bleibt erhalten. Bei der degenerativen Problemverschiebung, wie sie hauptsächlich zu beobachten ist im Kontext der interpersonalen Kommunikation, wird das Problem der interpersonalen Kommunikation für wertlos gesprochen oder die Thesen der Massenkommunikation so modifiziert, dass die interpersonale Kommunikation mitberücksichtigt wird, aber dennoch keine große Rolle spielt. Die progressive Problemverschiebung würde der interpersonalen Kommunikation deutlich mehr behilflich sein, sich als ein eigenes Forschungsprogramm innerhalb der Kommunikationswissenschaft zu etablieren und auf einer ebenbürtigen Ebene dem Forschungsprogramm der Massenkommunikation entgentreten. Durch die progressive Problemverschiebung erkennt man den Tatbestand der interpersonalen Kommunikation an, schafft neue Thesen und erweitert die Erkenntnis um neue Aspekte. Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation können so nebeneinander existieren und als Forschungsprogramme nicht nur konkurrieren sondern auch kooperieren.

Eine weitere Entwicklung vom Paradigmenbegriff von Thomas S. Kuhn, sowie eine Kritik an der Statik von Imre Lakatos' Forschungsprogrammen liefert Larry Laudan. Er ist der Ansicht, dass auch der harte Kern, obgleich viel langsamer, so doch von einer Anpassung und Veränderung betroffen ist.⁵¹⁹ Deshalb führt Laudan den Begriff der *Forschungstradition* ein, welcher ähnlich wie Kuhns Paradigma und Lakatos harter Kern gewisse allgemeine Annahmen über wissenschaftliche Entitäten und Prozesse in sich trägt.⁵²⁰ Diese allgemeinen Annahmen haben eine Rechtfertigungsfunktion und erlauben den Forschern Probleme, Anwendungsbereiche und Problemlösungsstrategien zu

⁵¹⁹ Vgl. Laudan, 1977: S.76ff

⁵²⁰ Vgl. Ebd.

entwickeln und ferner schließen sie auch andere Theorien aus.⁵²¹ Allerdings widerspricht Laudan Kuhn und Lakatos in dem Punkt, dass eben diese Annahmen ebenfalls einem Wandel und einer Veränderungen obliegen. Er argumentiert dabei, dass die von Popper und Kuhn bis Lakatos vorgestellten Konzepte sich bloß auf Empirie-Probleme beziehen.⁵²² Es gibt allerdings so Laudan noch Diskrepanzen auf der begrifflich-theoretischen Ebene, welche unter anderem Definitionen, Erklärungen und Begrifflichkeiten miteinschließt.⁵²³

„Die Theorienentwicklung beruht sowohl auf Beobachtungen und Anomalien (die eine Änderung von Theorien erfordern, um eingeordnet werden zu können), als auch auf begrifflich-theoretischen Problemen (die begriffliche Unschärfen oder die Unvereinbarkeit von Theorieelementen zu beheben erfordern).“⁵²⁴

Dieses theoretisch-begriffliche Element ist neben den Empirie-Problemen essenziell in Laudans Kritik an Lakatos und Kuhn. Laudan baut folgt den Gedanken von Lakatos, indem er innerhalb einer Forschungstradition darauf hinweist, dass es zu unterschiedlichen und konkurrierenden Forschungsunternehmungen kommen kann.⁵²⁵ Zwei weitere wichtige Kriterien umfassen die Problemakzeptanz und Lösungseffizienz von Forschungstraditionen. Es wird in der Forschungstradition auch eine Lösung akzeptiert, die entgegen der allgemeinen Annahmen arbeitet, sofern diese eine „brauchbare Lösung“ liefert.⁵²⁶ Die Brauchbarkeit wird dabei gemessen, in wie weit die Forschungstradition bereitwillig ist, die Argumente, Überlegungen und Theorien zu akzeptieren und im gewissen Grade auch zu übernehmen.⁵²⁷

Die Forschungstraditionen von Larry Laudan lassen eine geeignete Analyse des Stellenwerts von interpersonaler Kommunikation zu. Der harte Kern wandelt sich und ist nicht statisch, wie von Imre Lakatos vorgesehen. Massenkommunikation wird durch interpersonale Kommunikation ergänzt und umgekehrt. Die Forschungstradition der empirischen Sozialwissenschaft öffnet sich für qualitative Methoden und interpretative

⁵²¹ Vgl. Ebd.

⁵²² Vgl. Poser, 2001: S.166ff

⁵²³ Vgl. Ebd.

⁵²⁴ Ebd.

⁵²⁵ Vgl. Ebd.

⁵²⁶ Vgl. Ebd.

⁵²⁷ Vgl. Ebd.

Forschungsdesigns und lässt auf diese Art und Weise langsam einen Wandel zu, in dem auch die interpersonale Kommunikation einen höheren Stellenwert bekommen könnte. Laudan kritisiert das reine Empirie-Problem der Konzepte von Kuhn und Lakatos und fordert eine Berücksichtigung der begrifflich-theoretischen Dimension. Interpersonale Kommunikation lebt von Kommunikationsinhalten, die sprachlich – somit auch begrifflich – vermittelt wird. Die Begriffe und Theorien klar zu formulieren ist sowohl für interpersonale Kommunikationstheorien von Bedeutung, sondern auch für interpersonale Kommunikationsakte, die auf Verständigung abzielen. Zwei konkurrierende Forschungstraditionen können nebeneinander existieren und lösen deshalb keinen Paradigmenkampf aus, der zu einer Revolution führen könnte. Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation können wie sowohl als Forschungsprogramme, als auch als Forschungstraditionen koexistieren und durch Transferwissen beispielsweise Erkenntnisse austauschen. Wenn bei der Forschungstradition der Massenkommunikation eine Erkenntnis oder eine These der interpersonalen Kommunikation auftritt, kann diese auf Brauchbarkeit überprüft werden und somit als erweiterte Lösung innerhalb der Forschungstradition berücksichtigt werden.

Es ist allerdings wichtig zu erwähnen, dass die interpersonale Kommunikation im Vergleich zur Massenkommunikation als ein unbedeutenderes bzw. schwer erforschbares Phänomen gesehen wird. Diese Sichtweise geschieht allerdings in einem bestimmten (harten) Kern und prägt das Denken über diesen Forschungsgegenstand.

3.4.1. Der zu große Schuh der Kommunikation – Mainstream in der Kommunikationswissenschaft

Löblich schlägt im Rahmen ihrer Arbeit einen Begriff vor, der alle drei wissenschaftstheoretischen Denker berücksichtigt. Sie bezieht sich auf wichtige Erkenntnisse von Kuhns Paradigmenbegriff und stellt diesen den Begriff des Fachverständnisses gegenüber.⁵²⁸ Das Fachverständnis prägt die Identität und das

⁵²⁸ Vgl. Ebd.

Selbstbild einer Disziplin und bettet sie in einen sozialen, historischen und kognitiven Kontext ein.⁵²⁹ Ferner wird dem Fachverständnis ein Grenzziehungscharakter zugestanden, der die Unterscheidung von anderen Disziplinen ermöglicht.⁵³⁰

Es werden im Konventionen angenommen, die die Forschungsvorhaben bestimmen und voraussetzen, welche aber gelegentlich thematisiert, diskutiert und infrage gestellt werden.⁵³¹

„Der Begriff ‚Fachverständnis‘ wird hier gegenüber ‚Paradigma‘, ‚Identität‘ und ‚Selbstverständnis‘ bevorzugt, weil er deutlicher als diese die Ebene der Struktur des Wissens (also seine inhaltliche Gestalt) und die Ebene der Auseinandersetzung des Fachs mit sich selbst zum Ausdruck bringt. Die vorliegende Arbeit unterstellt, dass es innerhalb einer Fachgemeinschaft ein vorherrschendes Fachverständnis gibt, das definiert, in welche Themen und Methoden es sich ‚lohnt‘, Ressourcen zu investieren.“⁵³²

Löblich attestiert dem Phänomen des Fachverständnisses ferner, dass ein dominantes Fachverständnis im Laufe der Zeit angepasst wird und man als Mitglied der scientific community nur schwer an einem etablierten Mainstream vorbei kommt.⁵³³ Es kann aber ein persönliches bzw. eigenes Fachverständnis dennoch eingebracht und somit Nuancen in den Mainstream erhoben werden.⁵³⁴ Schließlich hat das Fachverständnis die Funktion der Selbstdarstellung innerhalb der Disziplin wie auch gegenüber anderen Wissenschaften und der Öffentlichkeit.⁵³⁵ Individuelle Vorstellungen von bedeutsamen Fachvertretern werden auf ihre Validität überprüft und anschließend auf eine gemeinsame Basis gebracht, welche dann an Hochschulen und im wissenschaftlichen Diskurs verbreitet werden.⁵³⁶ Ausgehend von diesen Beobachtungen hat es in den 60 Jahren einen erbitterten Positionsstreit innerhalb der Kommunikationswissenschaft gegeben, der schließlich zu einem Wandel geführt hat, wie Löblich darstellt.⁵³⁷

⁵²⁹ Vgl. Ebd.

⁵³⁰ Vgl. Ebd.

⁵³¹ Vgl. Ebd.

⁵³² Ebd.

⁵³³ Vgl. Ebd.

⁵³⁴ Vgl. Ebd.

⁵³⁵ Vgl. Ebd.

⁵³⁶ Vgl. Ebd.

⁵³⁷ Vgl. Löblich, 2010: S.32f

Die *geisteswissenschaftliche* Auffassung der Kommunikationswissenschaft vertritt die Position, dass Gegenstand von Untersuchungen und Forschung menschliche Erzeugnisse, mit Bedeutung und Sinn sind.⁵³⁸ Es geht dabei um geistig erfassbare Merkmale, einzelne Phänomene und kulturelle Leistungen, deren Form, Wesen und Funktion untersucht werden.⁵³⁹ Die Geisteswissenschaftliche Wissenschaftslehre konstatiert, dass der Erkenntnisgegenstand untrennbar vom Forscher bzw. Wissenschaftler zu sehen sei, da man sich auf einen alltäglichen, zutiefst subjektiven Erfahrungsbegriff stütze, der über die reine sinnliche Wahrnehmung hinausgehe.⁵⁴⁰

„Dies kann zwar einen (ersten) wichtigen Baustein im Erkenntnisprozess liefern, aber erst die Interpretation und subjektives Bewusstsein vermitteln Einsicht in ein angenommenes ‚Inneres‘ oder ‚Wesen‘ und in ‚geistige Struktur-, Sinn- und Bedeutungszusammenhänge‘.“⁵⁴¹

Das wissenschaftliche Subjekt wird aktiv wahrgenommen und ist Teil eines spezifischen sprachlichen und gesellschaftlichen Bezugsrahmens.⁵⁴² Ziel von geisteswissenschaftlicher Beschäftigung ist nicht das Herstellen von Fakten und Verfügungswissen, sondern ein Wissen über Werte und Normen, gesellschaftliche Ziele und Identität sowie normative Ansprüche zum guten Handeln.⁵⁴³ Ein wichtiger Vertreter der geisteswissenschaftlichen Orientierung innerhalb der Zeitungswissenschaft nach 1950 ist unter anderem Aswerus, der eine „Wende zum Menschen“ postuliert und somit den Fokus weg von den Medien bringen will.⁵⁴⁴ Seiner Meinung nach solle man sich stattdessen eher mit der dem Urphänomen gesellschaftlicher Kommunikation befassen.⁵⁴⁵ Als wesentlich dabei empfindet Aswerus die soziale Auffassung von Kommunikation, demnach versucht er, die Leserschaft von Zeitungen in den wissenschaftlichen Gedanken zu inkludieren.⁵⁴⁶ Die geisteswissenschaftliche Publizistikwissenschaft hat sich in den 50er Jahren die Aufgabe gestellt, den Wiederaufbau der Disziplin anzugehen und das Fach mit Verweis auf die langen Traditionslinien bis zur Rhetorik der Antike und auf Gefahren der Publizistik totalitärer Mächte, wie sie im Rahmen des 2. Weltkriegs getätigt wurden,

⁵³⁸ Vgl. Löblich, 2010: S.34f

⁵³⁹ Vgl. Ebd.

⁵⁴⁰ Vgl. Ebd.

⁵⁴¹ Lobkowitsch, 1980: S.22f

⁵⁴² Vgl. Löblich, 2010: S.35

⁵⁴³ Vgl. Löblich, 2010: S.36

⁵⁴⁴ Vgl. Löblich, 2010: S.105

⁵⁴⁵ Vgl. Ebd.

⁵⁴⁶ Vgl. Ebd.

aufzuwerten.⁵⁴⁷ Dabei wird die (öffentliche) Relevanz des Faches betont. Man grenzt sich dabei stark von Nachbardisziplinen, wie Soziologie oder Psychologie ab.⁵⁴⁸ Deshalb stellt man mit dem Erforschen des Phänomens von Öffentlichkeit einen Exklusivitätsanspruch, der auf das nötige Erfahrungswissen und Begriffswerk und auf das Verständnis von komplexen öffentlichen Problemen fußt.⁵⁴⁹ Jahrzehntlang herrschte in den 50er Jahren das Gefühl vor, die eigene Disziplin sei von anderen Wissenschaften in ihrer Existenz bedroht, weshalb man sich krampfhaft an Öffentlichkeitsthemen orientierte.⁵⁵⁰ Der Forschungsgegenstand der geisteswissenschaftlichen Publizistikwissenschaft wird von der Kommunikator- und Medienseite dominiert und sieht Kommunikation als linearen Überredungsprozess.⁵⁵¹ Dabei gehen die Hauptvertreter der geisteswissenschaftlichen Publizistikwissenschaft von einem vertikalen Kommunikationsverständnis aus, welches das Publikum von untergeordneter Bedeutung sieht.⁵⁵² Sie [...] „begrenzten den Untersuchungsgegenstand auf die durch publizistische Mittel hergestellte öffentliche Kommunikation und klammerten damit automatisch interpersonale Kommunikation aus.“⁵⁵³

Ausnahmen von diesen Perspektiven sind Personen wie der Münsteraner Professor Walter Hagemann, die ein differenziertes Verständnis von Kommunikationsprozessen sehen und dem Publikum eine aktivere Beschäftigung mit Medien unterstellen.⁵⁵⁴ Hagemann habe die Wechselseitigkeit von Kommunikation beobachtet und somit eine [...] „prozessuale Grundfigur von zwischenmenschlicher Kommunikation aufgezeigt“.⁵⁵⁵ Er hat diese aber nicht weiterverfolgt, da sie seinen Angaben nach außerhalb des öffentlichen Objektbereiches liegt.⁵⁵⁶

Auf der anderen Seite stehen in dem Kampf um das gültige Fachverständnis der Kommunikationswissenschaft Vertreter der *empirisch-sozialwissenschaftlichen Denkschule*. Die meisten Vertreter hatten, als sie von den Universitäten in den 1960er Jahren berufen wurden, wenig bis keine Erfahrungen mit dem Fach, sondern kamen in den meisten Fällen aus der (Medien-) Praxis oder wurden von benachbarten Disziplinen

⁵⁴⁷ Vgl. Löblich, 2010: S.108f

⁵⁴⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁴⁹ Vgl. Ebd.

⁵⁵⁰ Vgl. Ebd.

⁵⁵¹ Vgl. Löblich, 2010: S.114f

⁵⁵² Vgl. Ebd.

⁵⁵³ Ebd.

⁵⁵⁴ Vgl. Ebd.

⁵⁵⁵ Ebd.

⁵⁵⁶ Vgl. Ebd.

integriert.⁵⁵⁷ Grund für die Umorientierung des Faches ist aus der Sicht der empirisch-sozialwissenschaftlichen Vertreter das sehr geringe Ansehen des Faches selbst und die mangelnde theoretische, personelle und institutionelle Ausstattung.⁵⁵⁸ In diesem Zusammenhang wird die steigende Bedeutung von Medien am Beispiel Fernsehen, aber gleichzeitig die Geringschätzung des Faches durch die Nachbardisziplinen, sowie Politik und Medienpraxis beklagt.⁵⁵⁹ Der Ruf nach Professuren aus der Praxis will dem entgegenwirken, schafft aber ein Problem, da es eine zu starke Verquickung zwischen Theorie und Praxis gibt und man als Studierender vielerorts an einen Ausbildungscharakter des Studiums erinnert wird.⁵⁶⁰ In den 60er und 70er Jahren beginnt sich die empirisch-sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft nach außen zu öffnen, man blickt auf benachbarte Disziplinen - wie die Soziologie und Psychologie - und greift auf die US-Amerikanische Massenkommunikationsforschung zurück, welche quantitative Statistiken zum Sichern von Erkenntnissen nützt.⁵⁶¹ Die Übernahme von Erkenntnissen aus der amerikanischen Kommunikationsforschung sorgt ebenfalls für Kritik; folglich mahnen Pranke, Eberhard, Roegele und Dröge zur stärkeren Selbstreflexion und fordern, dass man sowohl Erkenntnisse aus den USA sowie aus den Nachbardisziplinen nicht unhinterfragt in das Fach übernehmen soll.⁵⁶² Aufgaben aus der Sicht des sozialwissenschaftlichen-empirischen Lagers umfassen das gegenwartsbezogene Forschen und Schaffen von Wissen für die Gesellschaft.⁵⁶³ Historische Studien finden kaum Berücksichtigung, man distanzieren sich von dem normativen Charakter der Geisteswissenschaft, es ginge viel stärker um interessenlose und analytische Beobachtung der Wirklichkeit.⁵⁶⁴ Ziel der sozialwissenschaftlich-empirischen Kommunikationswissenschaft sei es, empirisch begründete Orientierungshilfe durch Anwendungs- und Grundlagenwissen für unterschiedliche Gesellschaftssektoren zu erarbeiten.⁵⁶⁵ Dabei werden auch Sektoren wie Politik und Wirtschaft sowie die Medienpraxis selbst angesprochen.⁵⁶⁶ Öffentlichkeit wird als ein soziales Phänomen wahrgenommen, welches nicht durch ein rein geistiges

⁵⁵⁷ Vgl. Löblich, 2010: S.130ff

⁵⁵⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁵⁹ Vgl. Ebd.

⁵⁶⁰ Vgl. Ebd.

⁵⁶¹ Vgl. Löblich, 2010: S.133ff

⁵⁶² Vgl. Ebd.

⁵⁶³ Vgl. Ebd.

⁵⁶⁴ Vgl. Löblich, 2010: S.136f

⁵⁶⁵ Vgl. Ebd.

⁵⁶⁶ Vgl. Ebd.

und verbales Deutungsmuster analysiert werden kann.⁵⁶⁷ Es gibt zahlreiche Positionen, die den Positivismus und Empirismus betonen und damit hervorheben, dass Theoriebildung erst durch Erhebung quantitativer Daten ermöglicht wird.⁵⁶⁸ Auf der anderen Seite wird gewarnt, dass man [...] „keineswegs davon überzeugt gewesen [sei, S.P], dass das amerikanische Wissenschaftsverständnis mit seiner ‚naiven Reduktion sozialer sowie geistig-seelischer Vorgänge auf naturwissenschaftliche Denkmuster die europäische Geistesentwicklung‘ befruchten könne, wo diese doch gerade dabei gewesen sei, ‚den umweltlosen Positivismus zu überwinden‘.“⁵⁶⁹

Der Forschungsgegenstand wird, obgleich es unterschiedliche Ausprägungen unter den Vertretern des sozialwissenschaftlich-empirischen Lagers gibt, doch einheitlich bestimmt. Man versteht Kommunikation soziologisch als Prozess, Forschungsgegenstand soll Massenkommunikation und nicht Individualkommunikation - also interpersonale Kommunikation - sein.⁵⁷⁰ Langfristig hat sich das Lager der empirisch-sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft durchgesetzt, dennoch gibt es im deutschsprachigen Raum noch Forschungsstellen und Denkschulen, die auf geisteswissenschaftliche Perspektiven zurückgreifen.⁵⁷¹

Aus diesem Abschnitt kann man folgende Informationen zusammenfassend festhalten: Jede Wissenschaft ist, wissenschaftssoziologisch gesehen, in einen sozialen und historischen Kontext eingebettet. Das Bild der Wissenschaft wird von Innen und von Außen geprägt. Das Fachverständnis unterschiedlicher Persönlichkeiten gestaltet den Forschungsgegenstand. Ferner hilft das Fachverständnis Grenzen aufzuzeigen und so Konturen einer Identität zu ermöglichen. An dieser Stelle seien einige Äußerungen von wichtigen Fachvertretern vorgestellt, die sich auf die interpersonale Kommunikation beziehen.

Gerhard Maletzke schreibt:

*„Der Schuh, den sich die Kommunikationswissenschaft seinerzeit mit ihrem Namen angezogen hat, war und ist um einige Nummern zu groß. Mit diesem Namen weckt sie Erwartungen, die sie nicht erfüllt und in absehbarer Zukunft auch nicht erfüllen kann.
Denn: Nimmt man den Begriff ‚Kommunikation‘ in seiner ganzen, nahezu*

⁵⁶⁷ Vgl. Löblich, 2010: S.138ff

⁵⁶⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁶⁹ Ebd.

⁵⁷⁰ Vgl. Ebd.

⁵⁷¹ Allen voran unterschiedlichen Vorstellungen einer Medienwissenschaft in Abgrenzung zur Kommunikationswissenschaft.

unermesslichen Spannweite, so hat es Kommunikationswissenschaft schon immer gegeben, seit es überhaupt Wissenschaft vom Menschen gibt, von der Rhetorik des Aristoteles über die Philosophie und Philologie aller Jahrhunderte bis hin zur Sozialpsychologie, Soziologie, Kulturanthropologie, Psychiatrie, Kybernetik, Informationstheorie, Politikwissenschaft, Linguistik, Phonetik, Literaturwissenschaft unserer Tage. Alle diese und noch manche anderen Zweige könnte unter den weiten Begriff ‚Kommunikationswissenschaft‘ subsumiert werden. Bei dieser Sachlage ist somit für die gegenwärtige Kommunikationswissenschaft ihr Name einfach zu groß, zu anspruchsvoll.“⁵⁷²

Durch das Fachverständnis ist eine Fokussierung auf den Forschungsgegenstand möglich. wenn dabei die Öffentlichkeit bzw. Massenkommunikation von vielen Vertretern der geisteswissenschaftlichen sowie sozialwissenschaftlichen Lagern als das dominierende Thema von Forschungsvorhaben angesehen wird, hat dies gewissermaßen auch in der scientific community, sowie an den unterschiedlichen Forschungsstandpunkten, wie Hochschulen eine starke Wirkung. Um also ein klarer gefasstes Selbstbild eines Faches zu vermitteln, dient das Fachverständnis dazu, klare Linien zu ziehen und durch den damit geschaffenen Forschungsmainstream Orientierung und Identität zu vermitteln.

Klaus Merten stellt in seiner Untersuchung zur Kommunikationswissenschaft fest, dass

[...] „Kommunikationsprozesse jederzeit von jedermann mit geringstem Aufwand initiiert werden können, dass Kommunikation also eine furchtbar banale, gewohnte Alltagserscheinung und –erfahrung darstellt. Das hatte zunächst zur Folge, dass Kommunikation als Erkenntnisgegenstand lange Zeit überhaupt nicht zugelassen wurde, weil man unterstellte, dass das, was alltäglich ist und scheinbar problemlos funktioniert, auch problemlos erklärt werden kann, also wissenschaftlicher Analyse nicht lohnt.“⁵⁷³

Diese vorwissenschaftlichen Überlegungen, Überzeugungen und Einstellungen, die den Mainstream der Kommunikationswissenschaft bildeten, warfen der interpersonalen Kommunikation Banalität, Flüchtigkeit und Einfachheit vor, so dass sich wissenschaftliche Forschung nicht lohnte. Anstatt die Richtigkeit dieser Auffassung zu reflektieren, wird die Erforschung des Phänomens der interpersonalen Kommunikation

⁵⁷² Maletzke, 1998: S.19

⁵⁷³ Merten, 1999, S.15

lieber den Nachbardisziplinen der Sprachwissenschaft, Sprachphilosophie und Psychologie zugeschoben.⁵⁷⁴

3.4.2. Methodenwahn – Szientismus und das Ideal der Naturwissenschaft

Im letzten Abschnitt dieses Kapitels soll aus wissenschaftstheoretischer Perspektive über die Methoden referiert werden und wie sie sich auf die Forschungspraktiken auswirken. Einleitend wird auf die wissenschaftstheoretische Auseinandersetzung zwischen Positionen des logischen Empirismus und dem in den Sozialwissenschaften, darunter auch die empirisch-arbeitende Kommunikationswissenschaft, breit vertretenen kritischen Rationalismus eingegangen.⁵⁷⁵

Der logische Empirismus bezieht sich auf zwei Arten wissenschaftlicher Aussagen, die (eine wissenschaftliche) Erkenntnis überhaupt erst ermöglichen. Wissenschaftlich legitim sind demnach Aussagen, die sowohl analytisch als auch synthetisch als wahr gelten.⁵⁷⁶ Man bedient sich an den universalen Geltungsansprüchen der Mathematik und Logik, denn jene Sätze seien immer gültig und hätten einen apodiktischen Charakter.⁵⁷⁷ Damit baut der logische Empirismus auf der Erfahrung und auf der Logik auf und macht diese zu Grundbedingungen wissenschaftlicher Erkenntnis. Das Prinzip der Verifikation schafft es eine Verbindung zwischen Erfahrung und Wirklichkeit zu herzustellen.⁵⁷⁸ Verifikation erlaubt festzustellen, ob eine wissenschaftliche Aussage wahr oder falsch ist. Diese wird anschließend an der Erfahrung oder dem Erlebnis gemessen und muss ihr entsprechen, um als wahr zu gelten.⁵⁷⁹ Dabei wird im Physikalismus das Erlebnis bzw. die Erfahrung vom Wissenschaftler abgekoppelt, es geht um reine Beobachtung und Messung des Untersuchungsgegenstandes.⁵⁸⁰ Demnach geht es um Beobachtungssätze, aus denen weitere Sätze ableitbar sind.⁵⁸¹ Jedes Begriffliche muss aus einem physikalisch

⁵⁷⁴ Vgl. Schmidt/Zurstiege, 2000: S.24

⁵⁷⁵ Vgl. Lenk, 1986: S.23

⁵⁷⁶ Vgl. Herzog, 2012: S.56f

⁵⁷⁷ Vgl. Ebd.

⁵⁷⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁷⁹ Vgl. Ebd.

⁵⁸⁰ Vgl. Herzog, 2012: S.59

⁵⁸¹ Vgl. Ebd.

beobachtbaren Phänomen hervorgehen, so die Grundannahme.⁵⁸²

Auf der anderen Seite hat Karl Popper mit seinem kritischen Rationalismus den Ausführungen der logischen Empiristen und Positivisten zu widersprechen versucht.

Popper kritisiert das Prinzip der Verifikation und ersetzt es durch die Methode der Falsifikation, um so den Anspruch der absoluten Rechtfertigung von Theorien entgegenzuwirken.⁵⁸³ Popper unterstellt, dass die absolute Sicherung bzw. der endgültige Theorieweis letztlich in unüberprüfbaren Dogmen münden würden, welche auf angenommene Evidenzen gründen würden, die nicht diskutiert würden.⁵⁸⁴ Schließlich sei das wahre Kennzeichen einer überzeugenden Theorie, dass sie Widerlegungen standhalten könne, sich allerdings auch ständig prüfen lasse.⁵⁸⁵ Die empirische Aussagekraft wachse durch das Prinzip der Falsifikation.⁵⁸⁶ Theorien und Erkenntnisse gelten so lange bis sie falsifiziert würden.⁵⁸⁷ Es können sich - so Annahmen des kritischen Rationalismus - auch mehrere Theorien gut bewähren, sofern sie sich nicht gegenseitig ablösen.⁵⁸⁸ Somit werde Raum für einen theoretischen Pluralismus geschaffen.⁵⁸⁹

Maletzke konstatiert, von diesem wissenschaftstheoretischen Streit ausgehend, eine Debatte innerhalb der Kommunikationswissenschaft. So konkurrierten in der Kommunikationswissenschaft zwei Denkschulen, die Maletzke mit Szientismus und Humanismus betitelt.⁵⁹⁰ *Szientismus* vertrete die positivistische Position des logischen Empirismus, während der *Humanismus* das interpretative Paradigma kennzeichne.⁵⁹¹ Wichtig ist, dass Maletzke die methodischen Begriffe der Quantität und Qualität den jeweiligen Positionen zuordnet.⁵⁹² Maletzke sieht für die Humankommunikation in Form der interpersonalen Kommunikation das interpretative Paradigma als wegweisend.⁵⁹³ Qualitative Methoden mit Fokus auf Verstehen, Deuten und Interpretieren seien

⁵⁸² Vgl. Ebd.

⁵⁸³ Vgl. Lenk, 1986: S.23f

⁵⁸⁴ Vgl. Ebd.

⁵⁸⁵ Vgl. Ebd.

⁵⁸⁶ Vgl. Ebd.

⁵⁸⁷ Vgl. Ebd.

⁵⁸⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁸⁹ Vgl. Ebd.

⁵⁹⁰ Vgl. Maletzke, 1998: S.175f

⁵⁹¹ Vgl. Ebd.

⁵⁹² Vgl. Ebd.

⁵⁹³ Vgl. Maletzke, 1998: S.177ff

angemessene Werkzeuge den zwischenmenschlichen Kommunikationsprozess zu eruieren.⁵⁹⁴

„One of the most obvious weaknesses of the analytic-reductionist-quantitative approach is its lack of sensitivity to the complex, transactional nature of human communication phenomena.“⁵⁹⁵

Dem in der heutigen Sozialwissenschaft dominierenden Szientismus begegnen „Humanisten“ mit dem Anspruch Kommunikation nicht durch molekulare Betrachtungsweise zu zersplittern, sondern vielmehr das Gesamtphänomen im sozialen, historischen und kulturellen Kontext zu betrachten.⁵⁹⁶ Reine Kausalität und Messbarkeit wird von den Humanisten abgelehnt, da zahlreiche Dimensionen wie das Subjekt, Werte und die soziale Umwelt entweder gänzlich ausgeklammert oder stark reduziert werden.

Die Szientisten erwidern die Argumente der Humanisten als unwissenschaftliches bzw. vorwissenschaftliches Geschwafel und besinnen sich auf die Vorteile, die empirische Erkenntnisgewinnung mit sich bringt.⁵⁹⁷ Sieht man die Mathematik als Ausgangspunkt weisen der Szientismus und der positivistische Zugang eine gewaltige Tradition auf.⁵⁹⁸

Maletzke hebt hervor, dass der Szientismus bis heute den dominanten wissenschaftlichen Zugang zu Kommunikationsproblemen darstellen würde.⁵⁹⁹ Man versuche einzelne Elemente von der Welt zu abstrahieren und diese in einen theoretischen Zusammenhang zu bringen und zu erklären.⁶⁰⁰ Dabei wird ein deduktiv-nomologisches Erklärungsschema angewendet, welches sich an Gesetzen und logischen Ableitungen orientiert.⁶⁰¹ Diese werden in Wenn-Dann Hypothesen mit einem Ursache-Wirkung Charakter formuliert.⁶⁰²

Um jene zu prüfen, verwendet man quantitative Methoden, welche das Ziel der Überprüfung von Beschreibungen oder Erklärungen von Zusammenhängen verfolgen.⁶⁰³

Das Methodendesign, welches daraufhin entwickelt wird, um die Hypothesen zu

⁵⁹⁴ Vgl. Maletzke, 1998: S.177ff

⁵⁹⁵ Ebd.

⁵⁹⁶ Vgl. Ebd.

⁵⁹⁷ Vgl. Ebd.

⁵⁹⁸ Vgl. Ebd.

⁵⁹⁹ Vgl. Ebd.

⁶⁰⁰ Vgl. Ebd.

⁶⁰¹ Vgl. Scheufele/Engelmann, 2009: S.20f

⁶⁰² Vgl. Ebd.

⁶⁰³ Vgl. Scheufele/Engelmann, 2009: S.27ff

überprüfen, wird standardisiert. Es fasst eine mathematisch berechnete Stichprobe einer Grundgesamtheit ins Auge und konzentriert sich auf eine begrenzte Anzahl von zu untersuchenden Merkmalen.⁶⁰⁴ Die Ergebnisse dieser Stichprobe sollen Wahrscheinlichkeitsaussagen über die Grundgesamtheit tätigen und Prognosen zulassen.⁶⁰⁵ Dadurch ist durch die Stichprobe, die beispielsweise willkürlich Personen befragt, die Möglichkeit gegeben, repräsentative Ergebnisse zu erhalten.⁶⁰⁶

Humanisten führen Begriffe wie Phänomenologie, Lebenswelt, Hermeneutik, Interpretation und Sinn ein und verstehen diese als Grundlagen ihrer wissenschaftlichen Forschungsvorhaben.⁶⁰⁷ In der Methodik unterscheidet sich qualitative Forschung durch das Ziel einer interpretativen Rekonstruktion und das Verstehen subjektiver Sinndeutungen im jeweiligen Kontext.⁶⁰⁸ Soziale Realität wird erst durch zwischenmenschliche Deutungs- und Interpretationsmuster konstituiert.⁶⁰⁹ Untersuchungsgegenstand ist nicht eine objektive Realität, sondern eine subjektive Wirklichkeit der handelnden Personen.⁶¹⁰ Qualitative Forschung folgt dem Prinzip der Offenheit und versucht als Ergebnis Hypothesen zu generieren und nicht zu prüfen.⁶¹¹ Repräsentativität ist nicht das Hauptmerkmal von qualitativen Zugängen, viel mehr forscht man nach bestimmten Typologien und Klassifizierungen, die wiederum für empirische Hypothesen verwendet werden können.⁶¹²

Maletzke fasst zusammen, dass die gegenwärtige Kommunikationswissenschaft vom szientistischen Denken dominiert werde und humanistische Ansätze eine eher untergeordnete Rolle spielen.⁶¹³

Als Erklärung liefert er folgende Beobachtung:

„Die szientistische Dominanz wird deutlich sichtbar darin, daß der „Variablensatz“ den meisten kommunikationswissenschaftlichen Untersuchungen und Konzepten zugrundeliegt. Dieser Ansatz geht von der Vorstellung aus, daß an Kommunikationsprozessen eine große Zahl von

⁶⁰⁴ Vgl. Ebd.

⁶⁰⁵ Vgl. Ebd.

⁶⁰⁶ Vgl. Ebd.

⁶⁰⁷ Vgl. Maletzke, 1998: S.177ff

⁶⁰⁸ Vgl. Scheufele/Engelmann, 2009: S.27ff

⁶⁰⁹ Vgl. Ebd.

⁶¹⁰ Vgl. Ebd.

⁶¹¹ Vgl. Ebd.

⁶¹² Vgl. Ebd.

⁶¹³ Vgl. Maletzke, 1998: S.185

Faktoren und Momenten beteiligt ist, die als ‚intervenierende Variablen‘ diese Prozesse entscheidend mitbestimmen.“⁶¹⁴

Dieser Variablensatz, so Maletzke weiter, stammt von einem analytisch-kausalistischen Modell, also einem szientistischen Ansatz.⁶¹⁵

Betrachtet man sowohl die Ergebnisse dieses Abschnitts als auch die Charakteristika der interpersonalen Kommunikation, so wird deutlich, dass die interpretative Leistung, sowie die aktive Sinn- und Zeichenanwendung beider Kommunikationspartner als wesentliche Voraussetzung für interpersonale Kommunikationsforschung dienen. An dieser Stelle Man könnte also argumentiert werden, dass der Szientismus und der Vorzug von quantitativen Methoden dem interpretativen Paradigma von interpersonaler Kommunikation entgegenstehen und somit den Stellenwert der interpersonalen Kommunikation beeinflussen. Mainstream sei schließlich das szientistische Denken und nicht das humanistische Modell, welches sich viel besser für die Analyse interpersonaler Kommunikation eigne.

4. Abschlussdiskussion und Ausblick

Diese Arbeit hat einen Überblick über das Feld der interpersonalen Kommunikation gegeben. Die erste Hälfte der Arbeit befasste sich mit Definitionen, Theoriegeschichte, Zugängen und Anwendungsbereichen interpersonaler Kommunikation. Die zweite Hälfte ging konkret auf den Stellenwert der interpersonalen Kommunikation im deutschsprachigen Raum ein, wobei der Fokus auf Deutschland gewichtet wurde. Fachgeschichtlich und wissenschaftstheoretisch wurde versucht Gründe für den aktuellen Stellenwert der interpersonalen Kommunikation zu finden und mögliche Argumente für ein höheres Engagement im Rahmen der interpersonalen Kommunikation innerhalb der Kommunikationswissenschaft zu benennen.

An dieser Stelle werden die beiden forschungsleitenden Fragen konkret beantwortet.

⁶¹⁴ Ebd.

⁶¹⁵ Vgl. Ebd.

1. Forschungsleitende Frage: Welche Ursachen hat der aktuelle Stellenwert der interpersonalen Kommunikation innerhalb der deutschen Kommunikationswissenschaft?

Fachgeschichtlich lassen sich unterschiedliche Ursachen für den aktuellen Stellenwert der interpersonalen Kommunikation anführen. Die Vorgängendisziplin der Kommunikationswissenschaft - die Zeitungswissenschaft - hat in den ersten Jahren versucht sich als eine Wissenschaft zu etablieren und sich dabei stark am Materialobjekt der Zeitung orientiert. Die Presse spielte eine wichtige Rolle in der Kriegsberichterstattung und in Zeiten der sozialen Unsicherheit sorgte sie zusätzlich für Gesprächsthemen. Ziel der Gründungsväter war es, nicht nur eine Wissenschaft über die Zeitung zu etablieren, sondern auch die Öffentlichkeit als Ausgangspunkt ihrer Betrachtungen anzusehen. Die Zeitungswissenschaft sollte nebenbei als Plattform für das Publizieren gelten.

Während der weiteren Phasen hatet die Zeitungswissenschaft mit wissenschaftsexternen Einflüssen zu kämpfen, so wurde sie während des zweiten Weltkrieges gleichgeschaltet und übernahm die Funktion einer propagandistischen Wissenschaft. Dabei war es wesentlich, regimekonforme Forschung zu betreiben, da unter anderem Dissertationen von Organisationen thematisch vergeben und kontrolliert wurden. Ziel und Zweck der Zeitungswissenschaft war es, Propaganda als Volksaufklärung zu etablieren und dadurch den Fokus auf die Öffentlichkeit und die Zeitung zu verstärken.

Nach dem Krieg befand sich die Kommunikationswissenschaft in einer Phase der Selbstfindung. Kritische Zungen behaupten, dass sie sich bis heute in dieser Phase befinde. Die Selbstfindung führte dazu, dass geisteswissenschaftliche Strömungen sich mit der Geschichte des Faches auseinanderzusetzen begannen, während auf der anderen Seite, durch den Einfluss von US-amerikanischer Kommunikationsforschung, eine empirisch-sozialwissenschaftlich Wende eingeleitet wurde. Wissenschaftstheoretisch wird das Fachverständnis von Löblich als einer der Hauptgründe für den Stellenwert der interpersonalen Kommunikation gesehen. Das Fachverständnis ermöglichte eine Mainstreambildung von vorwissenschaftlichen Glaubenseinstellungen, Positionen und Konventionen, die die scientific community prägten. Das Fachverständnis würde die interpersonale Kommunikation als zu alltäglich, banal und flüchtig sehen. Den totalitären Charakter der Kommunikation könne man nicht erfassen, das Fach sei nicht bereit dem Phänomen der Kommunikation gegenüberzustehen, weswegen von massenmedialer und

öffentlicher Kommunikation als Forschungsgegenstand im Mainstream ausgegangen werde.

Der Szientismus gilt laut Maletzke bis heute als gängigste Annahme innerhalb der Kommunikationswissenschaft und erlaubt eine sehr reduktionistische, aber dafür empirisch verwertbare Ansicht über Kommunikationsprozesse. Die quantitative Methodik wird als Instrument der Szientisten gesehen, um bestmögliche Messergebnisse zu erhalten und Wahrscheinlichkeitsaussagen tätigen zu können, die für eine bestimmte Grundgesamtheit sprechen. Ferner wird es dadurch auch möglich Kommunikationstheorien überprüfen zu können.

Dem gegenüber steht der Humanismus, bzw. das interpretative Paradigma, welches von Forschern der interpersonalen Kommunikation als wesentliche Bedingung für Forschung vorgestellt wird. Interpersonale Kommunikation baut auf Verständigung, Interpretation, Deutung und Konstruktion von Zeichen auf und ist von sozialen Rahmenbedingungen umgeben. Die Vermutung liegt nahe, dass sich somit qualitative Methoden besser zur Erforschung von interpersonaler Kommunikation eignen, als quantitative Methoden und Denkmuster von Szientisten, die den Mainstream der Kommunikationswissenschaft und somit auch des Fachverständnisses bilden.

2. Forschungsleitende Frage: Welche Argumente gibt es, die für ein größeres kommunikationswissenschaftliches Engagement im Bereich der interpersonalen Kommunikation sprechen?

Grundsätzlich spricht die Vielfalt an potenziellen Forschungsmöglichkeiten in Grundlagen- sowie angewandter Forschung bereits für ein höheres Engagement der Kommunikationswissenschaft im Bereich der interpersonalen Kommunikation. In der englisch-sprachigen Literatur werden die gesellschaftliche Relevanz und Anknüpfungspunkte zur Praxis vorgestellt. Kommunikationsstörungen werden als gesellschaftliches Phänomen definiert und brauchen eine (wissenschaftliche) Auseinandersetzung und einen Diskurs um Lösungen anzubieten. Die interpersonale Kommunikationsforschung liefert Theorien, die sich auf Massenkommunikationsphänomene anwenden lassen. Das meist zitierte und auch häufig erwähnte Beispiel ist das Shannon/Weaver Modell, welches technisch-medial im Kern interpersonale Kommunikation auf Basis der Telekommunikation verdeutlicht. Ferner orientiert sich beispielsweise die Werbung an Erkenntnissen der Persuasionsforschung. So konstatiert Klaus Schönbach, dass Werbung als Härtefall von Persuasion gesehen

werde und sich an den interpersonalen Theorien durchaus orientiere.⁶¹⁶

Abschließend illustriert Josef Sawetz eine starke Veränderung der Medienlandschaft in den kommenden Jahren. So sind bereits jetzt Trends zur Multi- und Crossmedialen Fragmentierung erkennbar. Medienkonsumenten werden als aktive Personen verstanden, welche virtuell oder real Kommunikationsprozesse über Medieninhalte durchführen und in vielen Fällen auch Einfluss auf den Mediencontent haben.⁶¹⁷ Die Grenzen zwischen Massenkommunikation und interpersonaler Kommunikation sind schlussendlich durch das Internet noch stärker verschwommen, als zuvor. Es könnte also durchaus hilfreich sein, wenn interpersonale Kommunikation technisch-medial aktiv ist und auch in massenmediale Kontexte eingreift. Zu diesem Zweck wäre es von Vorteil sich grundlegender und klassischer Theorien der nicht-medialen interpersonalen Kommunikation zu bedienen, um Transferwissen zu generieren, und auf diese Weise andere (mediale) Kommunikationsphänomene zu erläutern.

Diese Magisterarbeit hat auf das Problem des Stellenwerts der interpersonalen Kommunikation hingewiesen. Dieser könnte höher sein, damit verbunden sind zahlreiche Chancen für die Kommunikationswissenschaft sich praxisnahe Forschungsfelder zu erarbeiten und zukunftssträchtige und gesellschaftlich relevante Erkenntnisse zu liefern. Ferner sind weitere Studien zur Gesundheitskommunikation im deutschsprachigen Raum von Vorteil. Dieser Bereich ist in den Vereinigten Staaten von größer werdender Bedeutung und liefert interessante aber auch relevante Erkenntnisse über die Wirkungskraft von interpersonaler Kommunikation. Diesem Trend sollte die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft folgen.

Kommunikation ist das Phänomen, das den Menschen ausmacht. Dabei sichert Kommunikation nicht nur das Überleben des Menschen, sondern auch den Fortschritt. Schließlich sind erst durch Sprache Informationen weitergegeben worden und auf diese Weise zur Überlieferung von Wissen beigetragen.

Darüber können wir heute reden. Darüber können wir aber auch schweigen. Die Grenzen des Entdeckens sind noch lange nicht erreicht, dies gilt für Naturwissenschaften, Geisteswissenschaften sowie Sozialwissenschaften. Für Massenkommunikation sowie für inter- und intrapersonale Kommunikation. Für alle.

Für mich.

⁶¹⁶ Vgl. Schönbach, 2013

⁶¹⁷ Vgl. Sawetz, 2012: S. 12, S.19, S.22

Literaturverzeichnis

Afifi, Tamara D.; McManus, Tara: Communal Coping Dilemmas in Post-Divorce Families: Introducing Meaning Back into Coping. In: Dailey, René M.; Le Poire, Beth A.: Applied Interpersonal Communication Matters. Family, Health, & Community Relations. Peter Lang Publishing. New York. 2006. S. 67-90.

Altmeyden, Klaus-Dieter; Weigel, Janika; Gebhard, Franziska: Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ergebnisse der ersten Befragung zu den Forschungsleistungen des Faches. In: Publizistik. Jahrgang 56. Nr. 4. 2011. S.373-398.

Androutsopoulos, Jannis; Georgakopoulou, Alexandra: Youth, discourse, and interpersonal management. In: Antos, Gerd; Ventola, Eija; Weber, Tilo: Handbook of Interpersonal Communication. Mouton de Gruyter Verlag. Berlin. 2008. S.457-480.

Antos, Gerd; Ventola, Eija; Weber, Tilo: Handbook of Interpersonal Communication. Mouton de Gruyter Verlag. Berlin. 2008.

Averbeck, Stefanie; Kutsch, Arnulf: Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900-1960. In: Duchkowitsch, Wolfgang; Hausjell, Fritz; Semrad, Bernd (Hrsg.): Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. LIT Verlag. Münster. 2004. S.55-66.

Beck, Klaus: Massenkommunikation. In: Bentele, Günter (Hrsg.); Jarren Ottfried: Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Springer Fachmedien Verlag. Wiesbaden. 2013. S.196-197.

Beck, Klaus: Interpersonale Kommunikation. In: Bentele, Günter (Hrsg.); Jarren Ottfried: Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Springer Fachmedien Verlag. Wiesbaden. 2013. S.136.

Beeres, Manfred: E-Health, E-Commerce und E-Procurement im Gesundheitswesen. In: Kreyher, Volker (Hrsg.): Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing. Chancen, Strategien und Erfolgsfaktoren. R.v. Decker's Verlag. Heidelberg. 2001. S.165-184.

Berger, Jonah; Iyengar, Raghuram: Communication Channels and Word of Mouth: How the Medium Shapes the Message. In: Journal of Consumer Research. Volume 40. October 2013. S.567-579.

Bodie, Graham D.: The Understudied Nature of Listening in Interpersonal Communication: Introduction to a Special Issue. In: The International Journal of Listening. Volume 25. 2011. S.1-9.

- Bühler, Karl:** Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache. Gustav Fischer Verlag. Stuttgart. 1982.
- Burkart, Roland:** Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau Verlag. Wien. 2002.
- Burnside-Lawry, Judy:** Listening and Participatory Communication: A Model to Assess Organization Listening Competency. In: The International Journal of Listening. Volume 26. 2012. S.102-121.
- Burton, Graeme; Dimpleby, Richard:** Between Ourselves. An Introduction to Interpersonal Communication. Arnold Publishing. London. 1995.
- Caughlin, John P.; Huston, Ted L.:** Demand/Withdraw Patterns in Marital Relationships: An Individual Differences Perspective. In: Dailey, René M.; Le Poire, Beth A.: Applied Interpersonal Communication Matters. Family, Health, & Community Relations. Peter Lang Publishing. New York. 2006. S.11-38.
- Chang, Chingching:** Ambivalent Attitudes in a Communication Process: An Integrated Model. In: Human Communication Research. Volume 38. 2012. S.332-359.
- Cordella, Marisa:** The Dynamic Consultation. A discourse analytical study of doctor-patient communication. John Benjamins Publishing. Amsterdam. 2004.
- Dailey, René M.; Le Poire, Beth A.:** Applied Interpersonal Communication Matters. Family, Health, & Community Relations. Peter Lang Publishing. New York. 2006.
- Debatin, Bernhard:** Paul Watzlawick, Janet H. Beavin, Don D. Jackson (1967): Pragmatics of human communication. A study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes. In: Holtz-Bacha; Christina; Kutsch, Arnulf (Hrsg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2002. S.434-436.
- DeKay, Sam H.:** Interpersonal Communication in the Workplace: A Largely Unexplored Region. In: Business Communication Quarterly. Volume 75. Issue 4. 2012. S.449-452.
- Dunbar, Norah E.; Banas, John A.; Rodrigues, Daniela et. al:** Humor use in power-differentiated interactions. In: International Journal of Humor Research. Volume 25. Issue 4. 2012. S.469-489.
- Eckart, Hartwig:** Sprechen Sie noch oder werden Sie schon verstanden? Persönlichkeitsentwicklung durch Kommunikation. Reinhardt Verlag. München. 2010.
- Ebert, Lena; Klingler, Walter; Karg, Ulrike et al.:** FIM-Studie: Mediennutzung im Familienkontext. In: Media Perspektiven. Heft Nr. 4. 2012. S.189-202,
- Elter, Andreas:** Interaktion und Dialog? Eine quantitative Inhaltsanalyse der Aktivitäten deutscher Parteien bei Twitter und Facebook während der Landtagswahlkämpfe 2011. In:

Publizistik. Heft Nr. 58. 2013. S.201-220.

Fahr, Andreas; Graf, Anja: Kapitalisierung von Paarbeziehungen. Öffentliches Beziehungsmanagement in sozialen Netzwerken. In: Publizistik. Jahrgang 58. Heft Nr.3. 2013. S.289-304.

Feierabend, Sabine; Karg, Ulrike; Rathgeb, Thomas: Kinder und Medien. In: Media Perspektiven. Heft Nr. 3. 2013. S.143-153.

Frey, Lawrence R.; White, Angie B.: Promoting Personal, Interpersonal, and Group Growth through Positive Experiential Encounter Communication Pedagogy. In: Socha, Thomas J.; Pitts, Margaret J.: the Positive Side of Interpersonal Communication. Peter Lang Verlag. New York. 2012.

Frisby, Brandi N.; Martin, Matthew M.: Interpersonal Motives and Supportive Communication. In: Communication Research Reports. Volume 27. Issue 4. October-December 2010. S.320-329.

Fromm, Bettina; Baumann, Eva; Lampert, Claudia: Gesundheitskommunikation und Medien. Ein Lehrbuch. Kohlhammer Verlag. Stuttgart. 2011.

Früh, Werner: Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein integratives Paradigma für Medienrezeption und Medienwirkungen. In: Rössler, Patrick; Hasebrink, Uwe; Jäckel, Michael (Hrsg.): Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung. Reinhard Fischer Verlag. München. 2001. S. 11-34.

Gehrau, Volker; Goertz, Lutz: Gespräche über Medien unter veränderten medialen Bedingungen. In: Publizistik. Heft Nr. 55. 2010. S.153-172.

George, Wolfgang: Das Communication Center im Gesundheitswesen. In: Kreyher, Volker (Hrsg.): Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing. Chancen, Strategien und Erfolgsfaktoren. R.v. Decker's Verlag. Heidelberg. 2001. S.263-280.

Hannerer, Regina; Steininger, Christian: Die Bertelsmann Stiftung im Institutionengefüge. Medienpolitik aus Sicht des ökonomischen Institutionalismus. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2009.

Herzog, W.: Wissenschaftstheoretische Grundlagen der Psychologie. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2012.

Himelboim, Itai; Laricsy, Ruthann Weaver et al.: Social Media and Online Political Communication: The Role of Interpersonal Informational Trust and Openness. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media. Volume 56. Issue 1. 2012. S.92-115.

Hömberg, Walter: Von Kärrnern und Königen. Zur Geschichte journalistischer Berufe. In: Bobrowsky, Manfred; Langenbucher, Wolfgang (Hrsg.): Wege zur

Kommunikationsgeschichte. Ölschläger Verlag. München. 1987. S.619-629.

Hopfer, Lisa-Maria: Der Einfluss von interpersoneller Kommunikation auf die Reduktion von Ungewissheit bei neuen Mitarbeitern. Am Beispiel von Journalistinnen und Journalisten verschiedener Medienunternehmen. In: Medienjournal. 34. Jahrgang. Heft Nr. 1. 2010. S.45-56.

Houser, Marian L.; Fleuriet, Christina; Estrada, Dawn: The Cyber Factor: An Analysis of Relational Maintenance Through the Use of Computer-Mediated Communication. In: Communication Research Reports. Volume 29. Number 1. January-March 2012. S.34-43.

Hullman, Gwen A.; Goodnight, Audrey; Mougeotte, Jessica: An Examination of Perceived Relational Messages that Accompany Interpersonal Communication Motivations. In: The Open Communication Journal. Volume 6. 2012. S.1-7.

Hume, David: Ein Traktat über die menschliche Natur. Meiner Verlag. Hamburg. 1973.

Hunt, Daniel; Atkin, David; Krishnan, Archana: The Influence of Computer-Mediated Communication Apprehension on Motives for Facebook Use. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media. Volume 56. Issue 2. 2012. S.187-202.

Hynes, Geraldine E: Improving Employees' Interpersonal Communication Competencies: A Qualitative Study. In: Business Communication Quarterly. Volume 75. Issue 4. 2012. S.466-475.

Jäckel, Michael: Medienwirkungen. VS Verlag Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2011.

Jain, Mitushi: Business Communication and its Strategy. In: Journal of Social Welfare and Management. Volume 4. Number 2. 2012. S.109-112.

Jang, Su Ahn; Tian Yan: The Effects of Communication Efficacy on Information-Seeking Following Events That Increase Uncertainty: A Cross-Lagged Panel Analysis. In: Communication Quarterly. Volume 60. Number 2. 2012. S.234-254.

Janich, Peter: Der Zweck heiligt die Mittel. Über das Verhältnis von Wahrheit und Nutzen in den Naturwissenschaften. In: Gatzemeier, Matthias (Hrsg.): Wissenschaftstheorie. Wissenschaft und Gesellschaft. Aachener Schriften zur Wissenschaftstheorie, Logik und Sprachphilosophie. Rader Verlag. Aachen. 1987. S.68-83.

Keyton, Joann; Caputo, Jennifer Marie; Ford, Emily Anne et al.: Investigating Verbal Workplace Communication Behaviors. In: Journal of Business Communication. Volume 50. Number 2. 2013. S.152-169.

Kim, Young Yun: Being in Concert: An Explication of Synchrony in Positive Intercultural Communication. In: Socha, Thomas J.; Pitts, Margaret J.: the Positive Side of Interpersonal Communication. Peter Lang Verlag. New York. 2012. S.39-56.

Kinnebrock, Susanne; Schwarzenegger, Christian; Birkner, Thomas (Hrsg.): Theorien des Medienwandels. Öffentlichkeit und Geschichte. Herbert von Halem Verlag. Köln. 2014.

Klussmann, Wolfram: Einführung zur praktischen Wissenschaftsphilosophie. Der Kampf gegen die schwarzen Schwäne. AVM Verlag. München. 2012.

Korpiaakko-Huuhka, Anna-Maija; Klippi, Anu: Language and discourse skills of elderly people. In: Antos, Gerd; Ventola, Eija; Weber, Tilo: Handbook of Interpersonal Communication. Mouton de Gruyter Verlag. Berlin. 2008. S.481-508.

Kuhn, Thomas S.: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. 15. Auflage. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main. 1999.

Kwon, Min-Woo; Yoo, Woohyun; Aguilar, Michael: Taking the die out of diet: Media and interpersonal communication's impact on healthy eating habits. In: Journal of Communication in Healthcare. Volume 6. Number 1. 2013. S.3-11.

Lacasa, Ivan: Zeitungswissenschaft als publizistische Aktion. Karl d'Ester, Emil Dovifat, Erich Evert. In: Medien & Zeit. Heft Nr. 4. Jahrgang 23. 2008. S. 4-8.

Lakatos, Imre: Falsifikation und die Methodologie wissenschaftlicher Forschungsprogramme. In: Lakatos, Imre; Musgrave, Alan (Hrsg.): Kritik und Erkenntnisfortschritt. Abhandlungen des Internationalen Kolloquiums über die Philosophie der Wissenschaft. Vieweg Verlag. Braunschweig. 1974. S.89-190.

Larvor, Brendan: Lakatos: An Introduction. Routledge. London. 1998.

Laudan, Larry: Progress and its problems. Towards a Theory of Scientific Growth. Routledge & Kegan Paul Ltd. London. 1977.

Lauth, Bernhard; Sareiter, Jamel: Wissenschaftliche Erkenntnis. Eine ideengeschichtliche Einführung in die Wissenschaftstheorie. Mentis Verlag. Paderborn. 2002.

Lee, Chul-yoo: The Interplay Between Media Use and Interpersonal Communication in the Context of Healthy Lifestyle Behaviors: Reinforcing or Substituting? In: Mass Communication & Society. Volume 13. 2009. S.48-66.

Lenk, Hans: Zwischen Wissenschaftstheorie und Sozialwissenschaft. Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main. 1986.

Leitner, Michael: Nonverbale Defizite von PolitikerInnen in Fernsehdiskussionen. In:

Medien Journal. 34. Jahrgang. Heft Nr.1. 2010. S.32-44.

Linzbach, Matthias; Ruß, Annette; Ohmann, Christan: Das Internet als Instrument der Veränderung in der Medizin. In: Kreyher, Volker (Hrsg.): Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing. Chancen, Strategien und Erfolgsfaktoren. R.v. Decker's Verlag. Heidelberg. 2001. S.133-132.

Löblich, Maria: Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft. Herbert von Halem Verlag. Köln. 2010.

Lobkowicz, Nikolaus: Schicksale des Erfahrungsbegriffs. In: Schreiber, Erhard; Langenbucher, Wolfgang; Hömberg, Walter (Hrsg.): Kommunikation im Wandel der Gesellschaft. Droste Verlag. Düsseldorf. S.15-24.

Loose, John: Wissenschaftstheorie. Eine historische Einführung. C.H. Beck Verlag. München. 1977.

Locke, John: Über den richtigen Gebrauch des Verstandes. Meiner Verlag. Hamburg. 1978.

Ma, Ringo: Social Relations (Guanxi): A Chinese Approach to Interpersonal Communication. In: China Media Research. Volume 7. Issue 4. 2011. S.25-33.

Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Westdeutscher Verlag. Opladen. 1998.

Merten, Klaus: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1. LIT Verlag. Hamburg. 1999.

Meyen, Michael; Löblich, Maria: „Ich habe dieses Fach erfunden“. Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam. 19 biografische Interviews. Herbert von Halem Verlag. Köln. 2007.

Meyen, Michael; Löblich, Maria: Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland. UVK Verlagsgesellschaft. Konstanz. 2006.

Miller, Katherine: Organizational Communication. Approaches and Processes. Wadsworth Publishing Company. Belmont. 1999.

Moeller, Sara K.; Robinson, Michael D.; Wilkowski, Benjamin M. et al.: The Big Chill. Interpersonal Coldness and Emotion-Labeling Skills. In: Journal of Personality. Volume 80. Issue 3. June 2012. S.704-724.

Montague, Ryan R.: Genuine Dialogue. Relational Accounts of Moments of Meeting. In: Western Journal of Communication. Volume 76. Number 4. 2012. S.397-416.

Nechita, Alina: Mass Self-Communication. In: Journal of Media Research. Volume 3. Issue 14. 2012. S.29-44.

Poser, Hans: Wissenschaftstheorie. Eine philosophische Einführung. Reclam. Stuttgart. 2001.

Pöttker, Horst: Konformität – Opportunismus – Opposition. Zur Typologie von Verhaltensweisen im NS-Regime und danach. In: Duchkowitsch, Wolfgang; Hausjell, Fritz; Semrad, Bernd (Hrsg.): Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. LIT Verlag. Münster. 2004. S.41-54.

Rau, Harald: Einladung zur Kommunikationswissenschaft. Nomos Verlag. Baden-Baden. 2013.

Rombach, Heinrich: Wissenschaft und Wissenschaftstheorie. In: Rombach, Heinrich (Hrsg.): Wissenschaftstheorie 1. Probleme und Positionen der Wissenschaftstheorie. Herder Verlag. Freiburg. 1974. S.9-11.

Rothe, Friederike: Zwischenmenschliche Kommunikation. Eine interdisziplinäre Grundlegung. Deutscher Universitäts-Verlag. Wiesbaden. 2006.

Rühl, Manfred: Kommunikationskulturen der Weltgesellschaft. Theorie der Kommunikationswissenschaft. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. 2008.

Sawetz, Josef: Kommunikations- und Marketingpsychologie. Medien, Konsum, Individuum, Kollektivität. 5. Auflage. Personalexpert.net. Wien. 2012.

Scheufele, Bertram; Engelmann, Ines: Empirische Kommunikationsforschung. UVK Verlagsgesellschaft. Konstanz. 2009.

Schiavo, Renata: Health Communication. From Theory to Practice. Jossey-Bass Publishing. San Francisco. 2007.

Schönbach, Klaus: Verkaufen, Flirten, Führen. Persuasive Kommunikation – ein Überblick. Springer VS. Wiesbaden. 2013.

Schreiber, Erhard: Repetitorium Kommunikationswissenschaft. Ölschläger Verlag. München. 1990.

Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido: Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Rowohlt Taschenbuch Verlag. Hamburg. 2000.

Schultz von Thun, Friedemann: Miteinander Reden 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Rowohlt Verlag. Reinbek. 1998.

Schütz, Walter J.: Neuanfang mit brauner Literatur. Studienbedingungen nach 1945 – ein Erfahrungsbericht. In: Duchkowitsch, Wolfgang; Hausjell, Fritz; Semrad, Bernd (Hrsg.): Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. LIT Verlag. Münster. 2004. S.145-152.

Sommer, Denise: Anschlusskommunikation: konzeptionelle und methodische

Überlegungen zu einem integrativen Ansatz. In: Medien Journal. 34. Jahrgang. Heft Nr.1. 2010. S.20-31.

Sommer, Denise; Fretwurst, Benjamin; Sommer, Katharina et al.: Nachrichtenwert und Gespräche über Medienthemen. In: Publizistik. Heft Nr. 52. 2012. S.381-401.

Sparks, Lisa; Villagran, Melinda: Patient and Provider Interaction. A Global Health Communication Perspective. Polity Press. Cambridge. 2010.

Stöber, Rudolf: Ohne Redundanz keine Anschlusskommunikation. Zum Verhältnis von Information und Kommunikation. In: M&K Medien & Kommunikation. 59. Jahrgang. Heft Nr.3. 2011. S.307-323.

Tetens, Holm: Wissenschaftstheorie. Eine Einführung. C.H. Beck Verlag. München. 2013.

Thimm, Caja: Technically-mediated interpersonal communication. In: Antos, Gerd; Ventola, Eija; Weber, Tilo: Handbook of Interpersonal Communication. Mouton de Gruyter Verlag. Berlin. 2008. S.331-354.

Weisbach, Christian-Rainer: Professionelle Gesprächsführung. Ein praxisnahes Lese- und Übungsbuch. Deutscher Taschenbuch Verlag. München. 1997.

Wiesner, Christian: Interpersonelle Kommunikation^{4.0}. Analytische Betrachtung der zwischenmenschlichen Kommunikation in der Aus-, Fort- und Weiterbildung.

Wolling, Jens; Kuhlmann Christoph: Das Internet als Gegenstand und Instrument der empirischen Kommunikationsforschung. In: Löffelholz, Martin; Quandt, Thorsten (Hrsg.): Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. 2003.

Wünsch, Carsten: Der praktische Wert einer Metatheorie für die Kommunikationswissenschaft. In: Wirth, Werner; Stiehler, Hans-Jörg; Wünsch, Carsten (Hrsg.): Dynamisch-transaktional denken. Theorie und Empirie der Kommunikationswissenschaft. Herbert von Halem Verlag. Köln. 2007. S.17-37.

Internetquellen:

Gabler Wirtschaftslexikon. Schlagwort: Erfahrungswissenschaft.

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/realwissenschaft.html?referenceKeywordName=Erfahrungswissenschaft> (03.01.2014)

Studienprogrammleitung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

<http://spl.univie.ac.at/publizistik/studium/studienplaene/bakk-publizistik-ukommunikationswissenschaft/> (02.01.2014)

Studienprogrammleitung Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

<http://spl.univie.ac.at/publizistik/studium/studienplaene/mag-publizistik-ukommunikationswissenschaft/> (02.01.2014)

Universitätsbibliothek Leipzig: Der Nationalökonom und Zeitungskundler Karl Bücher. Die Leipziger Jahre 1892-1930.

<http://www.ub.uni-leipzig.de/allgemein/ausstellungsarchiv/ausstellungen-2012/der-nationaloekonom-und-zeitungskundler-karl-buecher.html#c2416> (18.04.2014)

US Department of Health and Human Services. Office of Disease Prevention and Health Promotion. Healthy People 2010. Volumes 1 and 2.

<http://www.healthypeople.gov/2010/Document/HTML/Volume1/11HealthCom.htm> (09.04.2013)

UTB – GmbH. Typen wissenschaftlicher Arbeiten. <http://studium.utb.de/arbeiten-verfassen/typen-von-arbeiten/> (08.01.2014)

Lebenslauf

Szymon Przybylski

Persönliche Angaben

Geburtsdatum	21. Dezember 1987
Nationalität	Deutsch, Polnisch
Familienstand	ledig, keine Kinder

Ausbildung

2007/08 bis 2013/14	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Universität Wien • Schwerpunkt Multimedia und Fernsehjournalismus • Spezialisierung auf interpersonale Kommunikation Titel der Magisterarbeit: <i>„Eine Nummer zu groß? Interpersonale Kommunikation aus wissenschaftstheoretischer Perspektive“</i>
1999-2007	Konrad-Adenauer Gymnasium, Kleve

Praktika und außeruniversitäre Aktivitäten

2007-2014	Angestellter beim Privatunternehmen Top-Artshop - Bildbearbeitung, Content-Management System, Marketing - Übersetzung, Technischer Support, Preisscouting - Organisationskommunikation und Beratung
2003	Anwaltskanzlei Graetsch & Partner (4 Wochen)

Sprachen

Englisch	fließend
Polnisch	fließend
Italienisch	Grundkenntnisse

EDV

CMS	gut, seit fünf Jahren intensive Beschäftigung
Word / Excel	sehr gut
Adobe Photoshop	Grundkenntnisse
Videobearbeitung	Grundkenntnisse
HTML / CSS	Grundkenntnisse

← Ort, Datum, Unterschrift einfügen →

Abstract – Deutsch

Kommunikation ist ein alltägliches Totalphänomen. Man kann nicht nicht kommunizieren, man kommuniziert immer entweder mit sich selbst, mit physisch in der Nähe befindlichen Personen oder virtuell mit Personen unabhängig von Zeit und Raum. Interpersonale Kommunikation ist ein Urphänomen und Hauptmerkmal des Menschen. Durch Austausch von Befehlen und Aufgaben konnten erste Stämme ihr Überleben sichern. Sprache und Schrift machten es möglich, dass man Wissen und Informationen über Generationen weitergibt. Somit ist Kommunikation lebensnotwendig gewesen, doch ist sie das heute ebenfalls, so zeigen Studien, dass gelungene Kommunikation das Wohlbefinden von Individuen stärkt und Zugehörigkeiten und Kontaktmöglichkeiten hervorbringt.

In nahezu allen Bereichen, ob privat oder öffentlich, familiär oder wirtschaftlich, auf Mikro-, Meso-, oder Makroebene spielen interpersonale Kommunikationsmuster eine wesentliche Rolle für Entscheidungen, Konflikte und Konsequenzen. Die Kommunikationswissenschaft sollte ihrem Namen nach Phänomene der Kommunikation untersuchen, erklären und für die Gesellschaft verständlich als Orientierungs- und Informationswissen offenlegen.

Allerdings werden durch fachgeschichtliche Entwicklungen erklärbare und verstehbare Entscheidungen getroffen, die den Forschungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft maßgeblich betreffen. Die Öffentlichkeit und das Medium gewinnen eine höhere Bedeutung und ermöglichen dem Fach sich etablieren. Wissenschaftstheoretische Überlegungen lassen einen Forschungsmainstream des Fachs Kommunikationswissenschaft nachzeichnen, der sich an den Postulaten der Naturwissenschaften orientiert.

Diese Arbeit will auf der einen Seite einen Überblick über die interpersonale Kommunikation liefern und dabei nicht nur relevante Positionen hervorheben sondern auch Anwendungsbereiche skizzieren. Auf der anderen Seite soll der Stellenwert der interpersonalen Kommunikation wissenschaftstheoretisch erörtert werden.

Abstract – English

Communication is an everyday total phenomenon. It is impossible not to communicate, you can always communicate regardless of time and space either with yourself, with physically nearby people or even virtually with people. Interpersonal communication is an ancient phenomenon and the main characteristic of human beings. Through exchange of commands and tasks first tribes could ensure their survival. Language and writing made it possible that you can pass on knowledge and information across generations. Thus communication has been vital, but it is now also, as studies show that successful communication strengthens the well-being of individuals and guarantees affiliations and opportunities through new contacts.

In nearly all areas, whether private or public, family or economic, micro-, meso - , or macrostructural interpersonal communication patterns play an important role for decision-making, conflict and consequences. Communication studies should examine per definition phenomena of all communication, explain the processes and disclose information understandably for society. However, decisions are caused by multiple historical developments that affect the subjects of research in communication science. Public and media have a higher meaning and serve to legitimize the young science to establish itself. Science philosophy positions can illustrate a mainstream research within communication studies, which borders closely to the postulates of the natural sciences.

This thesis illustrates the characteristics, history of theory and applications of interpersonal communication and compares them with the scientific sociological context of self-discovery in communication science.