

# **Konstruktivismus in der Medien- und Kommunikations- wissenschaft**

**DELFIN 1997**

**Herausgegeben von Gebhard Rusch und  
Siegfried J. Schmidt  
suhrkamp taschenbuch  
wissenschaft**

suhrkamp taschenbuch  
wissenschaft 1340

Medien konstituieren Wirklichkeit, vermitteln als Realität, was Kommunikatoren beobachten und kommunizieren, erzeugen in kommunikativen Formen und Mustern menschlicher Rationalität, was als Geschehen in der Welt externalisiert wird. Medien und Kommunikation erweisen sich als Schlüsselfunktionen sozialer Wirklichkeitskonstruktion unter den Bedingungen kognitiver Autonomie. Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur verschränken sich zu komplementären Momenten onto-, phylo- und soziogenetischer Prozesse, die wir verkörpern und deren Zeugen wir deshalb nicht sein können.

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft hat die konstruktivistische Herausforderung in den letzten Jahren immer deutlicher angenommen. Sie hat in der Kommunikations- und Verstehenstheorie, in der Wirkungsforschung, in der Medien-, Kultur- und Systemtheorie, in der Journalistik und in der Diskussion um virtuelle Wirklichkeiten konstruktivistische Einsichten fruchtbar gemacht: Die Kommunikationsmodelle sind komplexer geworden. Der hermeneutisch geprägte Verstehensbegriff wird kognitiv-sozial entmystifiziert. Die Modelle der Medienwirkung werden multifaktoriell. Die Medien- und Kommunikationskultur gewinnt immer stärkere Implikationen für die Episteme, die Ethik, die soziale und politische Kultur. Die Virtualität auch der menschengenerierten Wirklichkeit kommt immer klarer zu Bewußtsein. Der Band versammelt repräsentative Beispiele nicht nur für diesen konstruktiven Dialog, sondern auch für die kritischen Stimmen, die ihn begleiten.

Literarische und künstlerische Arbeiten komplettieren den DELFIN in gewohnter Manier.

Konstruktivismus  
in der Medien- und  
Kommunikationswissenschaft

DELFIN 1997

Herausgegeben von  
Gebhard Rusch und Siegfried J. Schmidt

Suhrkamp

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

2. Auflage 2016

Erste Auflage 1999

suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1340

© Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 1999

Suhrkamp Taschenbuch Verlag

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das der Übersetzung,  
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung  
durch Rundfunk und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form  
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert  
oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Printed in Germany

Umschlag nach Entwürfen von  
Willy Fleckhaus und Rolf Staudt

ISBN 978-3-518-28940-2

# Inhalt

Gebhard Rusch kommunikation der wirklichkeit der medien der wirklichkeit der kommunikation. Ein Vorwort . . . . .	7
Oskar Pastior Die Mädchen . . . . .	13
Brit Großmann Der Einfluß des Radikalen Konstruktivismus auf die Kommunikationswissenschaft . . . . .	14
Josef Linschinger Graphische Arbeiten . . . . .	52
Roland Burkart Alter Wein in neuen Schläuchen? Anmerkungen zur Konstruktivismus-Debatte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft . . . . .	55
Hansjörg Zauner die leiche meiner fotografie . . . . .	73
Tilmann Sutter und Michael Charlton Die Bedeutung einer konstruktivistischen Theorie sozialen Handelns für die Medienforschung . . . . .	79
Franzobel Talkshow . . . . .	115
Siegfried J. Schmidt Blickwechsel. Umriss einer Medienepistemologie . . . . .	119
Christian Steinbacher Zehn Gedichte . . . . .	146

Gebhard Rusch	
Eine Kommunikationstheorie für kognitive Systeme. Bausteine einer konstruktivistischen Kommunikations- und Medienwissenschaft . . . . .	150
Helmut Eisendle	
Medien und Wirklichkeit . . . . .	185
Stefan Weber	
Was können Systemtheorie und nicht-dualisierende Philosophie zu einer Lösung des medientheoretischen Realismus/Konstruktivismus-Problems beitragen? . . . . .	189
Martin Schweizer	
Weia Weia Rosa Rosa . . . . .	223
Rolf Großmann	
Konstruktiv(istisch)e Gedanken zur »Medienmusik« . . . . .	229
Jochen Gerz	
Das lebende Monument von Biron. Interview . . . . .	251
Bernhard J. Dotzler	
Medienwissen. Sieben Gelegenheitsstücke . . . . .	261
Hans Geißlinger	
Feuer im Kopf . . . . .	288
Wolf-A. Konrad	
Das Ich-Bewußtsein – Anmerkungen zu einer Konstruk- tion der Identität . . . . .	301
Christiane Huber	
Fährtenstellen . . . . .	320
Jürgen Hatzenbichler	
Raving Society? Über die Konstruktion von Spaß . . . . .	322

# Gebhard Rusch

## kommunikation der wirklichkeit der medien der wirklichkeit der kommunikation

### Ein Vorwort

Konstruktivismus spielt in der Medien- und Kommunikationswissenschaft nicht erst seit dem umstrittenen Funkkolleg »Medien und Kommunikation« aus dem Jahre 1990 eine Rolle. Es gibt – und darauf macht vor allem R. Burkart in seinem Beitrag aufmerksam – in der Publizistik und Kommunikationswissenschaft schon seit längerem Ansätze, in denen die Konstruktivität von Rezeptionsprozessen (z. B. im Nutzenansatz, im Transaktionalen Ansatz) und in der Erstellung und Verbreitung von Nachrichten (z. B. Nachrichtenwert-Theorie, Gate-Keeper-Konzept, Two-Step-Flow-Ansatz etc.) deutlich gemacht wurde. So konnten denn Kritiker des Radikalen Konstruktivismus (wie z. B. U. Saxer, L. Hachmeister oder H. M. Kepplinger) mit Recht nach der Innovationsleistung dieses Programms für die eigene Disziplin fragen. Wie Kritiker aus anderen Disziplinen (wie z. B. der Psychologie und Philosophie) stellten auch sie weniger auf die Grundannahme kognitiver Konstruktivität ab, sondern vielmehr auf die Radikalität des hier vorgetragenen Konstruktivismus, d. h. konkret: auf die Begriffe der Konstruktion, den Gegensatz von Wirklichkeit und Realität, der Kommunikation ohne Informationsübertragung, des Wissens ohne Erkenntnis, der operationalen Geschlossenheit oder Informationsdichte (W. R. Ashby) selbstregelnder Systeme.

Solange Konstruktion als Selektion, Repräsentation, kognitive Nachbildung, emotionale oder parteiliche Tönung begriffen wird, hat das Konzept im Rahmen realistischer Epistemologien schon seit der Aufklärung nichts Anstößiges mehr. Hinter allen Selektionen und Einfärbungen bleibt die Realität, die objektive Tatsache, das Original, das Ereignis als solches postulierbar. Erst ein Konzept der Wirklichkeitskonstruktion im Sinne der kognitiven Verkörperung von Wirklichkeit (H. R. Maturana) als Leistung kognitiver Systeme, die in einem für sie kognitiv unerkennbaren Medium existieren, mobilisiert Widerspruch, weil Relativi-

tät und der Verlust objektiver Maßstäbe und Bezugsrahmen drohen. Wirklichkeitskonstruktion im radikal konstruktivistischen Sinne kognitiv autonom erzeugten Empfindens, Wahrnehmens und Wissens ist nämlich nicht als eine Art Autismus zu pathologisieren – und dadurch epistemologisch immunisierbar, sondern muß als kognitionsbiologisches Prinzip mit empirischem Anspruch betrachtet werden.

Wie die Kritik zeigt, ist es konstruktivistischen Ansätzen und Arbeiten im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft leider bisher nur unvollkommen gelungen, Medien und Kommunikation als Dinge und Vorgänge in unserer Wirklichkeit und als Gegenstände der Wissenschaften so zu thematisieren, daß ihre Konstruktion und ihr Funktionieren unter Bedingungen kognitiver Autonomie und sozialer Regulation hinreichend plausibel geworden wäre. Dabei mangelt es – wie B. Großmann in ihrem Beitrag zeigt – konstruktivistischer Medien- und Kommunikationsforschung weder an empirischen Untersuchungen noch an thematischer Breite. Sie hat Arbeiten zu bieten zur Rolle von Konventionen für literarische Rezeptionsprozesse (z. B. D. Meutsch), zur Struktur und Funktion kognitiver Schemata für TV-Genres (z. B. S.J. Schmidt, G. Rusch), zur Medienwirkungsforschung (z. B. K. Merten), zur TV-Werbung (z. B. S.J. Schmidt und B. Spieß), zum Journalismus als sozialem System (z. B. S. Weischenberg) und zur Kommunikation als elementarer Komponente sozialer Systeme (z. B. N. Luhmann). Diese Beispiele lassen aber auch Inkohärenzen im noch jungen konstruktivistischen Diskurs erkennen, die gerade im Bereich Medien und Kommunikation besonders hervortreten. So führt etwa die Anwendung gleicher systemtheoretischer Konzepte (z. B. Selbstorganisation, Autopoiese, operationale Geschlossenheit, Selbstreferentialität) in der Anwendung auf biologische Systeme (H. R. Maturana, H. v. Foerster, E. v. Glasersfeld) zu Konsequenzen, die mit ihrer Anwendung auf soziale Systeme (N. Luhmann) inkompatibel sind, z. B. in der Klärung des Verhältnisses von Kognition und Kommunikation, der Stellung des Individuums, des Kommunikations- und Medienbegriffs (der eine Diffusion durch Parsonssche Lesarten erfährt). Begriff und Konzeption des Konstruktivismus werden dadurch nicht präziser. Die so gewonnene Anschlußfähigkeit in Richtung einer soziologischen Komplettierung des kognitiven Konstruktivismus, die, wie z. B. die Arbeiten P.M. Hejls

zeigen, auch kohärent möglich ist, verdankt sich lediglich der Parallelität systemtheoretischer Entwürfe, nicht systematischer Stringenz der Theorienkonstruktion.

St. Weber stellt in diesem Band Begriffe realistisch und konstruktivistisch verfahrenen Journalismus einander gegenüber, so als gäbe es im Rahmen eines konstruktivistischen Ansatzes überhaupt eine Alternative zu kognitiv-sozialer Konstruktivität. Mit explizitem Anschluß an N. Luhmann betrachtet Weber den (Siegener) medienwissenschaftlichen Konstruktivismus (kontra S. J. Schmidts Position des Konstruktivismus als Medientheorie) bloß als journalistische Strategie (Erfindung spektakulärer Ereignisse bzw. Verfälschung von Tatsachen). Ganz offenkundig hat er nicht bemerkt, daß kognitiv-soziale Konstruktivität tiefer reicht als die bewußte Manipulation von Sachverhalten. Begriff und Konzeption des Konstruktivismus werden dadurch nicht präziser, im Gegenteil.

Es gibt aber noch andere Hindernisse, die den Zugang zu konstruktivistischen Modellen von Kommunikation und Medien erschweren, z. B. die Komplexität des Ansatzes.

Im Rahmen konstruktivistischer Kommunikationstheorie kann man feststellen: wir sind kommunikative Wirklichkeit. Wir sind wirklich, weil wir kommunizieren. Wirklich ist, was kommuniziert werden kann. Das Descartessche Credo muß im Informationszeitalter soziokognitiv und H. v. Foersters Weiterungen fortsetzend modifiziert werden: *Wir kommunizieren, also sind wir.* Dabei ist die epistemologische Funktion der Kommunikation mindestens so alt wie die zwischenmenschliche Kommunikation selbst. Konstruktivistische Kommunikations- und Medientheorien, wie sie in Ansätzen H. v. Foerster und E. v. Glasersfeld, ausführlicher K. Krippendorff, N. Luhmann und Autoren dieses Bandes, z. B. S. J. Schmidt und G. Rusch, darstellen, betonen übereinstimmend die epistemologische Funktion der Kommunikation. Ebenso deutlich wie diese Übereinstimmungen sind jedoch Differenzen in der Bestimmung des Verhältnisses von Kognition und Kommunikation. Während für S. J. Schmidt und N. Luhmann Kognition und Kommunikation systemtheoretisch disjunkte Bereiche sind, die – nach Schmidt – erst durch Medien strukturell miteinander gekoppelt werden, ist in den übrigen Ansätzen Kommunikation als kognitive Operation bzw. Handlung konzipiert, ist Kommunikation eine Form von Kognition. Konstruktivistische

Positionen dieses Typs sind damit anschließbar an handlungstheoretische und interaktionistische Ansätze in der Medienwissenschaft und Soziologie (vgl. die Beiträge von M. Charlton und T. Sutter sowie R. Burkart).

Medien – von den natürlichen Sprachen bis zu E-Mail und Internet – sind nicht nur bevorzugte Vehikel der Wirklichkeitskonstruktion, sondern – je nach Kontext, kognitiven und sozialen Voraussetzungen, technologischen Standards etc. – auch Beschleuniger, Vervielfacher, Veränderer, Entgrenzer, Kanalisierer, Parallelisierer, Nivelierer und Behinderer von Kommunikation. Postmoderne Medientheorie bzw. Medienkritik von P. Virilio, J. Baudrillard, F. Kittler oder N. Bolz stilisiert Medien und Technologie einseitig als neue Megamacht, die nicht erst seit der Überwindung des Ost-West-Konflikts international politische Systeme und Volkswirtschaften für eigene politische und ökonomische Zwecke über die Köpfe, das Wissen, die Interessen und den Willen der Menschen hinweg finalisiert. An die Stelle der Debatte über Sozialtechnologie der siebziger Jahre ist die Beschwörung eines mediensystemtheoretischen Mythos getreten. Daß dieser Medienmythos sich der konsequenten Ausblendung des kommunikativen Alltagsgeschehens in der Individual- und Massenkommunikation, im Privat- und Berufsleben, in verschiedenen soziodemographischen Segmenten nachindustrieller Gesellschaften verdankt, wird leider zu selten bemerkt oder zu oft durch narratologische Rhetorik überdeckt.

Die postmodernen Multimedien und -mediensysteme verändern, wie B. Dotzler illustriert, Kommunikation und ihre Teilnehmer, stellen mit immer neuen Techniken, Formen und Möglichkeiten immer weitergehende Anforderungen an Kommunikatoren und Rezipienten, die – umgekehrt – im Rahmen der erweiterten, spezialisierten, individualisierten Nutzungsmöglichkeiten ihrerseits immer wieder modifizierte Anforderungen an Kommunikationsmittel, an Genres und Medientechnik (z. B. höhere Geschwindigkeiten in der Datenverarbeitung, Bedienungskomfort etc.) stellen. Stärker als die Medien(angebote und -produkte) steht heute der *Umgang der Menschen mit den Medien* – wie es E. Katz und D. Foulkes schon 1962 zum zentralen Anliegen des Uses and Gratification-Ansatzes gemacht hatten – im Vordergrund, ihre kognitiven und sozialen Nutzungsmöglichkeiten (vgl. den Beitrag von S.J. Schmidt sowie M. Charlton und T. Sutter, das Konzept der Funktionalisierung bei G. Rusch).

Veränderungen von Kommunikationsmitteln und Kommunikationsweisen korrelieren mit technologischer, sozialer und gesellschaftlicher Ausdifferenzierung. Abhängig von den Kommunikationsbedürfnissen und Anforderungen, die Kommunikatoren und Rezipienten in ihren verschiedenen Handlungsfeldern entwickeln, kann die Ausprägung von Kommunikationsformen (z. B. administrative, juristische, religiöse, wissenschaftliche, ästhetische, edukative, intime etc. Kommunikation) angesetzt werden, die für ihre Belange funktional adäquate Medien (Produkte und Genres) generieren. Kommunikationsformen als Kristallisationen kommunikativer Bedürfnisse, Anforderungen, Ziele und kommunikativer Handlungsoptionen in verschiedenen gesellschaftlichen Kontexten lassen Kommunikationsteilnehmer zweckdienliche, den Bedingungen adjustierte Medien kreieren, (um)gestalten und verwenden. Medien (als konventionalisierte Kommunikationsmittel) sind materiale *semiotische Komplemente kommunikativen Handelns*, Resultate und Gegenstände kommunikativer Operationsmodi. Unterstellt man den Primat der menschlichen Kommunikationsbedürfnisse, Ziele und Zwecke, dann bedeutet das für die Medienrezeption den Primat von Rezeptionsmodi wie z. B. Informieren oder Unterhalten, den Primat von informationeller und ästhetischer Rezeption. Stellt man weiter in Rechnung, daß Medienprodukte erst im Rezeptionsprozeß Identität durch Wahrnehmungen und deren Verarbeitung (zu Bedeutungsstrukturen oder Lesarten) gewinnen, so folgt, daß Medienprodukte eigentlich der Betätigung kommunikativer Handlungsmodi dienen (und nicht umgekehrt die kommunikative Kompetenz der Bedienung der Medien). Kommunikatoren und Rezipienten nehmen Medien für persönliche und soziale kommunikative Zwecke produktiv und rezeptiv in Anspruch. Sind die Medien auf diese Ansprüche zugeschnitten, passen sie in die Slots der Medienhandlungsstrukturen der Akteure, können diese ihre kommunikativen Ansprüche verwirklichen.

Wie die übrigen großen Errungenschaften des industriellen Zeitalters, der Kühlschrank, das Auto, das Flugzeug etc., so sind und werden auch die Medien immer mehr so etwas wie Gebrauchsgegenstände. Printmedien erleben diese Entmystifizierung oder auch Trivialisierung als Dissipation von Produkten, Formen und Funktionen seit Gutenberg, sie haben sich in spezialisierten Gebrauchsformen – z. B. als »Gebrauchsliteratur« – in alle Bereiche

der menschlichen Kommunikation verbreitet. Längst ist auch das Telefon alltäglich und allgegenwärtig, die kommunikative Überwindung von Zeit- und Raumgrenzen ganz unspektakulär, eine technische Ressource, die genutzt wird wie jedes Handwerkszeug. Radio und Fernsehen sind schon lange keine Kultobjekte mehr, um die sich »Gemeinden« – wie noch um die Volksempfänger oder die ersten Fernsehgeräte in den Haushalten – versammeln würden. Homevideo, Recorder und Kameras haben das Fernsehen vollends entzaubert. Computerisierung und Digitalisierung binden elektronische Kommunikationsmedien in die Internet-Galaxis und den Cyberspace ein, in der sie noch verfügbarer, noch funktionalisierbarer, noch polyvalenter werden. Die Grenzen des Medienwachstums werden erst im Überfluß sichtbar: es sind die kontingenten Grenzen der menschlichen Kommunikationsbedürfnisse und Kommunikationsfähigkeiten.

Gebhard Rusch

Wiedenbrück im Oktober 1997

# Oskar Pastior

## Die Mädchen

In einem Seitentreppenhaus der Eremitage hing seit eh und yeti der Reigen alphabetisch aber schief: Arkadien Maladien Subsidiën Melodien Kleinodien aus Vorderlydien bis Hinterindien, die wieviele Fassung.

Eine Mädchenrolle demnach. Spielt und tanzt matische. Ihre Radien von Asia und Moesien drehn Rädchen und Däumchen (Daumier); Mätzchen und Wirbel um Speiche und Elle. Wird der Tugendmeder seine Stadien verlassen – oder virtuelle Statuen levkoiën? Die Tutoren gar begonien? Paradiesische Mädchenlosigkeit? Alle Bilderstürmereien angesichts der Arien und Archen sind Lappalien. Telegenien hingegen machen senkrecht Ferien. In Belgien wechseln sie dem Balg die Felgen – Marginalien wie Schnäppchen, Rupien wie Dahlien im Wuschelkopf, leben sie gleichwohl kopiös in kleineren und größeren Klonien. Laien- und Leichenweihen kühlen ihr Hütchen. Andere Grazien bacchanalien in Austern und Forsythien. Berichtigen und schwichtigen. Kanalien Pressalien. Ziehn Galaxien durch Magnoelchen zu Anabolika. Mumien reiten ihre Bronchien in Kappadokien zu Tode. Manche Furchen furien. Leichte Arhythmien zeitigen Injurchen oder Veilchen. Melanchole Bögen (Bojen), die am Seelchen fresien, lurchen. Printprinzipien führen Zeßchen mit Ohrenzapfen. Andere protzen lässig.

Die Mädchenwelt im interluden Studium.

Die Mädchen im Speck.

Die Mädchenschelte und ihre Ingredienzien (Personalien Viktualien Arsenikalien Devotionalien Funeralien Kasualien Genitalien Saturnalien Formalnaturalien – kurz Valium und Archiveme).

Danubchen & Erynnchen.

Schotenspringen blau, und enzephal-mäh die Endivchen (apricot, von Drossenheit astral); Geranion Kapsunion, ein Anatolchen von Präliminarien.

So schnorcheln sie hin, die Neuen und die Alten – Redisfederwölkchen; es war ein alienables Streichen in einem Seitentreppenbau vor etlichen Äönchen, eine Art Mezzopatamien.

Brit Großmann  
Der Einfluß des Radikalen Konstruktivismus  
auf die Kommunikationswissenschaft

In die Theorie und Praxis der Kommunikationswissenschaft haben im Anschluß an den Diskurs des Radikalen Konstruktivismus insbesondere konstruktivistische Weiterentwicklungen Eingang gefunden.<sup>1</sup> Der »ungefilterte« Radikale Konstruktivismus wurde kaum übernommen. So lassen sich eine Reihe von Positionen in der Kommunikationswissenschaft ausmachen, die in der Tradition konstruktivistischen Denkens stehen, sich jedoch explizit oder implizit vom Radikalen Konstruktivismus unterscheiden und theoretisch eher heterogenen Ursprungs sind.

Eine Folge der Auseinandersetzung mit den konstruktivistischen Ideen Glasersfelds, Foersters und Maturanas ist die Bestätigung und Festigung der zentralen Rolle des Individuums im Rahmen kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Individuen werden in diesem Zusammenhang als kognitive Systeme verstanden, die ihre jeweils eigenen Wirklichkeitskonstruktionen entwickeln, zugleich jedoch von der Gesellschaft und den unterschiedlichen sozialen Systemen, in denen sie sich bewegen, beeinflusst werden. Kommunikation ist dabei als Instrument zur Ausbildung und Adjustierung der individuellen Wirklichkeitskonstruktion unabdingbar. Sie ermöglicht soziales Handeln und bestimmt insofern die Entwicklung der Gesellschaft mit. Dabei vermitteln insbesondere Massenmedien Informationsangebote zur Etablierung kollektiv akzeptierter Wirklichkeitskonstruktionen. Ein konstruktivistischer Ansatz beschränkt die Kommunikationswissenschaft also nicht auf interpersonelle Kommunikation oder psychische Prozesse. Er räumt jedoch der Wirklichkeitskonstruktion durch das Individuum eine herausragende Stellung ein.

<sup>1</sup> Berücksichtigt wird in diesem Aufsatz vorrangig die Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Siehe hierzu Schmidt 1987, 1992, 1994, 1996a, Luhmann 1990a, Merten/Schmidt/Weischenberg 1994. Neben den Arbeiten Ernst von Glasersfelds stellen vor allem die Überlegungen Heinz von Foersters und Maturanas die Basis der Weiterentwicklungen dar.

In diesem Aufsatz sollen verschiedene kommunikationswissenschaftliche Weiterentwicklungen des Radikalen Konstruktivismus vorgestellt werden. Von einer Beurteilung oder umfassenden Kritik der einzelnen Ansätze aus konstruktivistischer Perspektive wird jedoch weitgehend abgesehen. Vorangestellt ist eine einführende Skizze der Diskussion um den Radikalen Konstruktivismus.

## Die Diskussion um den Radikalen Konstruktivismus

Einem breiteren kommunikationswissenschaftlichen Publikum wurde der Radikale Konstruktivismus bekannt durch das Funkkolleg »Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit«. Dort wurde der Versuch unternommen, in dreißig Studieneinheiten sowohl kommunikationswissenschaftliche Grundlagen als auch neuere Forschungsergebnisse in verständlicher Art und Weise einem nicht-kommunikationswissenschaftlichen Publikum zu vermitteln.<sup>2</sup> Die Kritik an diesem Funkkolleg und seinen Autoren ist zum einen formal-stilistischer Art: Die einzelnen Studieneinheiten und insbesondere die Hörfunksendungen seien qualitativ zu unterschiedlich, zu wissenschaftlich und dabei zu wenig an den eigenen Vorgaben orientiert gewesen. Zum anderen wird inhaltliche Kritik geübt: Es seien ausschließlich Extrempositionen berücksichtigt worden, den Bereich der unterhaltenden Kommunikationsangebote habe man vernachlässigt, die theoretischen Aspekte seien einseitig auf den Radikalen Konstruktivismus ausgerichtet gewesen, der Radikale Konstruktivismus sei ein verschleierter Marxismus, eine Ideologie im Deckmantel der Wissenschaft, er sei trivial und außerdem hätte weniger Radikalität dem Funkkolleg besser zu Gesicht gestanden.<sup>3</sup>

2 Am Institut für Publizistik der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster wurde im Wintersemester 1990/1991 das Funkkolleg u. a. als Basistextsammlung für die Erstsemesterorientierungskurse verwendet. Siehe Deutsches Institut für Fernstudien der Universität Tübingen 1990/1991.

3 Vgl. Scheithauer 1990: 46, Sweerts-Sporck 1990: 6, Merkert 1991: 12, 1991a: 15, Mikos 1991: 44 f., Boventer 1992: 158, 161, 165, Hachmeister 1992: 13, 16, Saxer 1992: 183, Luhmann 1994: 7.

Neben diesen zum Teil polemischen Vorwürfen wurde auch von einem kommunikationswissenschaftlichen Standpunkt aus Kritik geübt. Aufgrund der zentralen Rolle des Individuums bzw. der individuellen Wirklichkeitskonstruktion könnten im Radikalen Konstruktivismus bereits gewonnene Erkenntnisse über kommunikative Makrostrukturen nicht angemessen berücksichtigt werden.<sup>4</sup> Dieses Argument läßt konstruktivistische Weiterentwicklungen außer acht, die zwar für eine Berücksichtigung der Individuen plädieren,<sup>5</sup> jedoch immer wieder darauf hinweisen, daß die einzelnen Phänomene kognitiver, kommunikativer oder sozialer Art nicht aufeinander reduzierbar bzw. unabhängig voneinander erklärbar seien. Ein weiterer Vorwurf bezieht sich auf die Konzeption massenmedialer Kommunikation. Die Beziehung zwischen Massenkommunikationsmedien und Rezipienten sei nicht als kommunikatives Phänomen aufzufassen, sondern als ein Agieren verschiedener gesellschaftlicher Akteure vor einem Publikum.<sup>6</sup> Abgesehen davon, daß in der Kommunikationswissenschaft kein Konsens darüber besteht, daß massenmediale Kommunikation keine Kommunikation darstellt, gestattet es ein konstruktivistischer Ansatz durchaus, auch medial vermittelte Kommunikation zu erfassen oder ein heterogenes Publikum zu analysieren. Die Rolle der Massenmedien für die Viabilität der individuellen Wirklichkeitskonstruktion ist auch von einem konstruktivistischen Standpunkt aus nicht zu unterschätzen, denn Kommunikation über Massenmedien spielt eine zentrale Rolle in bezug auf die Orientierung der Gesellschaftsmitglieder und die Entwicklung der Gesellschaft.<sup>7</sup>

Zusammenfassend kann hinsichtlich der Kritik am Radikalen Konstruktivismus festgehalten werden, daß die Weiterentwicklungen konstruktivistischer Ansätze die vorgebrachten Argumente weitgehend entkräften. Bemerkenswert ist in diesem Zusammen-

4 Vgl. Bentele 1993: 160ff., Saxer 1993: 68 f. Dieser Vorwurf kann als Variante des Reduktionismusarguments verstanden werden, daß alle Phänomene letztlich auf subjektive Wirklichkeitskonstruktionen zurückgeführt würden und somit dem Solipsismus Tür und Tor geöffnet wäre (vgl. Nüse/Groeben/Freitag/Schreier 1991: 86ff., Saxer 1992: 178 f., Kepplinger 1993: 124 f.).

5 In dieser Hinsicht bekannte Ausnahme ist Luhmann.

6 Vgl. Erbring 1993: 62 f.

7 Vgl. Schmidt 1994: 83 ff., Luhmann <sup>2</sup>1996: 153 f.

hang, daß sich die Bezeichnung »Radikaler Konstruktivismus« als allgemeines Etikett für konstruktivistische Ansätze nicht durchgesetzt hat.<sup>8</sup> Auf die Diskussion, die außerhalb der Kommunikationswissenschaft über konstruktivistische Positionen geführt wird, kann an dieser Stelle nur ergänzend hingewiesen werden.<sup>9</sup> Im Anschluß an diese kurze Diskussionskizze sollen einige Bereiche der Kommunikationswissenschaft vorgestellt werden, in denen explizit auf konstruktivistische Ansätze Bezug genommen wird bzw. in denen diese weiterentwickelt werden. Konstruktivistische Grundbegriffe, wie z. B. »Autopoiese« oder »Beobachter«, werden im folgenden ohne weitere Erläuterungen vorausgesetzt. Vorauszuschicken ist zudem, daß sich die meisten Arbeiten erst in einem Anfangs- oder Zwischenstadium befinden, von einer abgeschlossenen Entwicklung der konstruktivistisch orientierten Kommunikationswissenschaft also noch nicht gesprochen werden kann.

## Folgeerscheinungen

Die Einflüsse konstruktivistischer Ideen auf die Kommunikationswissenschaft sind geprägt von der Diversifikation des Fachs. Es gibt so gut wie keine einheitliche theoretische Basis, an die die verschiedenen Zweige der Disziplin anknüpfen.<sup>10</sup> Und so sind auch die Reaktionen auf einen konstruktivistischen Ansatz sehr verschieden. Eine gewisse Verwandtschaft ist insbesondere in den

8 So bezeichnet z. B. Schmidt seine Position als »soziokulturellen Konstruktivismus« (1994: 47), Luhmann seinen Ansatz als »operativen Konstruktivismus« (1996: 17) und Meyer seine Position als »internen, realistischen Konstruktivismus« (1994: 11). Das Gros der Wissenschaftler geht mit dem Etikett »Konstruktivismus« jedoch vorsichtig um.

9 Siehe dazu z. B. Wendel (1989, 1994), Nüse/Groeben/Freitag/Schreier (1991), Graf (1994, 1994a) und seine Debatte mit Zitterbarth (1994) sowie die Auseinandersetzung um den Beitrag Gehrkes (1994), gegen dessen Vorwürfe sich Schmidt (1996), Rusch (1996), Barsch (1996) und Hejl (1996) zur Wehr setzen.

10 Vgl. z. B. Saxer 1993a. Einen Überblick über die Entwicklungen der deutschen Medienforschung gibt Güdler 1996, über die englischsprachige Kommunikationswissenschaft Beniger 1988, 1990.

Bereichen festgestellt worden, die sich schon vor der Diskussion um den Radikalen Konstruktivismus an systemtheoretischen bzw. kybernetischen Modellen orientiert haben. Insofern konnten konstruktivistische Ideen in bereits bestehende theoretische Ansätze integriert werden und Anstöße zu Weiterentwicklungen geben. In Bereichen, die auch schon vor der konstruktivistischen Diskussion wegen ihrer übermäßig vereinfachenden Modelle kritisiert worden sind, erscheint es fraglich, ob ein konstruktivistischer Ansatz als Anstoß für eine Veränderung ausreicht. Dies betrifft insbesondere den ökonomisch orientierten Bereich, also die Werbewirkungsforschung oder die kommerzielle Publikumsforschung. Die Komplexität, die ein konstruktivistisches Kommunikationsmodell mit sich bringt – es müssen individuelle, soziale und kommunikative Aspekte berücksichtigt werden – führt zu Ergebnissen, die weniger gut präsentierbar sind, weil sie keine simplen, prognostizierbaren Ursache-Wirkungs-Beziehungen suggerieren.<sup>11</sup>

Im folgenden handelt es sich um eine exemplarische Betrachtung einzelner kommunikationswissenschaftlich relevanter Arbeiten, die konstruktivistische Ideen aufgenommen, integriert und zum Teil weiterentwickelt haben. Zur Orientierung wurden dabei einzelne Bereiche bestimmt, denen die besprochenen Arbeiten zugeordnet werden. Im einzelnen sind dies Theoriebildung, akteurbezogene Forschung, die nochmals unterteilt wird in rezipienten- und kommunikatorbezogene Ansätze, Medientheorie, Massenmedien als System und kommunikationstheoretische Überlegungen. Diese Einteilung des kommunikationswissenschaftlichen Feldes dient allein heuristischen Zwecken, und wie sich unten zeigen wird, sind ihre Grenzen eher fließend als überschneidungsfrei.<sup>12</sup>

11 Zur Kritik an diesen Modellen siehe Merten 1994: 324 f.

12 Der kommunikationswissenschaftliche Bereich der Public Relations bzw. Öffentlichkeitsarbeit wurde nicht berücksichtigt. Die vorliegenden, konstruktivistisch motivierten Überlegungen weisen zwar auf die Möglichkeit der Anwendung konstruktivistischer Ideen auch in diesem Bereich hin (vgl. Merten/Westerbarkey 1994). Sie jedoch als theoretisch ausgearbeiteten, empirisch umsetzbaren Ansatz vorzustellen dürfte zu diesem Zeitpunkt noch verfrüht sein.

## Theoriebildung

Vermutlich aufgrund der unterschiedlichen Facetten ihres Analyseobjekts, der menschlichen Kommunikation, tut sich die Kommunikationswissenschaft generell mit der Entwicklung einer allgemein akzeptierten theoretischen Basis schwer. Statt dessen sind es eher Wissenschaftler aus anderen Disziplinen, die sich mit dem Phänomen auf der Ebene der Theoriebildung auseinandergesetzt haben. Als bekanntester Vertreter dürfte der Soziologe Niklas Luhmann gelten, der in seine explizit als konstruktivistisch bezeichnete Theorie sozialer Systeme eine Kommunikationstheorie integriert hat. Aus der Kritik an dieser Theorie heraus sind zudem weitere Ansätze entwickelt worden. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang die Arbeiten Meyers und Schmidts.

Luhmann distanziert sich deutlich von anderen konstruktivistischen Ansätzen, insbesondere vom Radikalen Konstruktivismus.<sup>13</sup> Er transformiert das Autopoiesekonzept Maturanas für seine eigene Theorie und weitet es auf Systeme jeglicher Art aus. Da er Kommunikation als System und somit als autopoietisch und geschlossen auffaßt, ist er gezwungen, die beteiligten Individuen in die Umwelt der Kommunikationssysteme zu verlagern. Das führt dazu, daß nur Kommunikation in der Lage ist, zu kommunizieren. Neben einer weiten Definition<sup>14</sup> konzipiert Luhmann Kommunikation als dreistellige Selektion mit den Komponenten Information, Mitteilung und Verstehen. Dabei sind die einzelnen Kommunikationseinheiten in der Regel zu Kommunikationsprozessen verknüpft und in Themen organisiert. Die verschiedenen Kommunikationsmedien dienen zudem dazu, das Problem der entstehenden Unwahrscheinlichkeit von Kommunikation zu lösen. Sprache steigert das Verstehen von Kommunikation, die »Verbreitungsmedien« Schrift, Druck und Funk steigern die Erreichbarkeit des Publikums, und die »symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien« sollen den kommunikativen Erfolg sicherstellen. Der zentrale Kritikpunkt anderer konstruktivistischer Wissen-

13 Vgl. Luhmann 1990: 511 f., 521 f. Siehe zum folgenden Luhmann 1994: 191 ff.

14 »Von Kommunikation kann man [...] nur sprechen, wenn die Änderung des Zustandes von Komplex A mit einer Änderung des Zustandes von Komplex B korrespondiert, obwohl beide Komplexe andere Möglichkeiten der Zustandsbestimmung hätten« (Luhmann 1994: 66).