

Ansätze der Kommunikationsforschung in Deutschland

Ein Literaturbericht

Die Kommunikationsforschung konnte in Deutschland noch nicht die Position erringen, die sie in den angelsächsischen Ländern, vor allem in den USA und, mit Einschränkungen, auch in Frankreich hält. Die deutschen Publikationen sind überdies dem nicht professionell Interessierten meistens schwer zugänglich; im Überangebot des Buchmarktes werden sie kaum bemerkt. Von den großen Tageszeitungen bringt nur die Neue Zürcher Zeitung regelmäßig zusammenfassende Besprechungen; ansonsten ist der Bürger für seine Information auf den Zufall verwiesen. Darum ist man für jede Konzentrierung der einschlägigen Literatur, wie sie z. B. in den Reihen „Kunst und Kommunikation“ (Westdeutscher Verlag) oder „Neue Beiträge zur Film- und Fernsehforschung“ (Reinhardt Verlag) geschieht, dankbar. Unter diesen Voraussetzungen kann die vom Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an der Universität Hamburg seit 1966 herausgegebene Reihe „Studien zur Massenkommunikation“ nur begrüßt werden. Eine vorläufige Ausrichtung der Reihe zeichnet sich bereits ab; die ersten vier Bändchen befassen sich mit dem Komplex des Fernsehens.

Den Auftakt bildet eine Bibliographie¹; sie umfaßt rund 1860 Titel in „deutscher und englischer Sprache, die sich mit den soziologischen, psychologischen, politischen, historischen, pädagogischen, publizistischen und rechtlichen Aspekten von Rundfunk und Fernsehen beschäftigen“ (7). Vierhundert der aufgeführten Publikationen sind Dissertationen. Die ersten 80 Nummern enthalten selbständige Bibliographien zum Thema. Ein zweiter Teil (Nr. 0081–1827) bringt selbständige Schriften und Sammelwerke, während ein dritter Teil mit ungefähr 30 Nummern

Jahr- und Handbücher verzeichnet. Sieben, unter verschiedenen Aspekten gefertigte Register erleichtern den Umgang mit dem Buch.

Ohne Zweifel stellt das Erscheinen dieser Bibliographie für den deutschen Sprachraum ein wichtiges Datum dar; bietet sie doch umfassende Hilfe für den Studenten der Massenkommunikation. Der Verfasser verdient den Dank und die Anerkennung aller, die die Früchte seiner mühsamen Sammelarbeit nun einheimsen können. Daneben bleiben Wünsche, die bei einer Neuauflage Berücksichtigung verdienen. So sollte der Benutzer über das Datum des Redaktionsschlusses (1966?) unterrichtet werden; er würde vor falschen Erwartungen bewahrt. Trotz des im Vorwort vermerkten Auswahlcharakters wäre es gut, die Auswahlkriterien zu präzisieren. Sonst vermutet der Leser Unvollständigkeit, Inkonsistenz oder Willkür, wenn er sachlich dazugehörige Publikationen von Autoren wie Skornia, Hilliard, Roe, Smythe, Löffler vermisst. Einige Autoren fehlen in der Tat unmotiviert (L. Dexter, D. White, N. Minow, M. McLuhan etc.); von anderen (u. a. Head, Nafziger-White) sind nicht die neuesten Auflagen verzeichnet.

Band 2 der Reihe² untersucht das erste Fernsehprogramm mittels Aussagenanalyse. Diese, von ihren Pionieren H. Lasswell und B. Berelson „Content Analysis“ genannte Technik der Kommunikationsforschung wird von Uwe Magnus nicht mit A. Silbermann als „Systematische Inhaltsanalyse“ (R. König, K. Scheuch) verdeutscht, sondern mit Gerhard Maletzke als „Aussagenanalyse“, da „nicht nur der Inhalt, sondern auch die Form von Aussagen analysiert werden“ (10). Nachdem Magnus in aller Kürze das von Maletzke entwickelte Vier-Faktoren-Schema der Massen-

¹ Volker Spiess, Bibliographie zu Rundfunk und Fernsehen. Hamburg: Verl. Hans-Bredow-Institut (1966). 206 S. Kart. 16,-.

² Uwe Magnus, Aussagenanalyse. Eine Untersuchung des 1. Fernsehprogramms. Hamburg 1966. 48 S.

kommunikation skizziert hat, wendet er sich der Methode der Analyse der Aussage (des zweiten Feldfaktors) zu. Beginnend bei der Ausgangshypothese wird die Begrifflichkeit dieser Forschungsmethode erläutert, wobei sich Magnus an Berelsons 1952 erschienene zusammenfassende Darstellung der „Content Analysis“ anschließt.

Anlaß der Untersuchung war die „Absicht, das gesamte Gemeinschaftsprogramm der ARD in seinen wesentlichsten Eigenschaften und Merkmalen zu untersuchen“ (21). Der Beobachtungszeitraum erstreckte sich vom 11. 10. – 7. 11. 1965. Als Zeiteinheit wurden Sendungen (332) und Sendezeiten nach Minuten (10822) gewählt. In die Beobachtungswahl (Sample) einbezogen waren alle Sendungen überregionaler Art. Die zu kodierenden Kategorien waren in die Rubriken Funktion, Inhalt, Aktualität, Form, Niveau, Periodizität, Kritik zusammengefaßt.

Daß die Ergebnisse so allgemein formulierter Hypothesen und Kategorien recht allgemein ausfallen würden, war dem Autor klar (46). Präzisere Fragestellung und Kategorisierung wird relevantere Ergebnisse zutage fördern. Darin sind wir mit dem Autor einig. Bedenklich, und die bisherige Arbeit nicht ergiebig machend erscheint uns die vage Kategorisierung. Bei den meisten Kategorien ist beim besten Willen nicht auszumachen, ob sie sich gegenseitig ausschließen, da sie niemals sauber definiert werden. Damit sind Gültigkeit und Zuverlässigkeit in Frage gestellt, und die gebotenen Ergebnisse können nur mit Vorbehalten entgegengenommen werden. Ebenfalls bedenklich scheint uns die kritiklose Anlehnung an Berelson, ohne Hinweis darauf, daß die neuere Forschung (Cartwright, Osgood, de Sola-Pool, K. Krippendorff) einige sehr ernste Fragen an dessen Definition der Content-Analysis als „Technik für die objektive, systematische, quantitative Beschreibung von offenbaren Kommunikationsgehalten“ (Berelson 18) zu richten hat. Keine Entschuldigung gibt es dafür, daß dieser, wissenschaftlichen Anspruch erhebenden Publikation keine Bibliographie und keine Register beigelegt sind.

Nummer 4 der Reihe³ beschäftigt sich mit einer Analyse der Dritten Fernsehprogramme. Die Studie umfaßt neben einem allgemein einführenden Teil in die dritten Programme eine Dokumentation, bei der die verantwortlichen Leiter (Bayerischer Rundfunk, Hessischer Rundfunk, Norddeutscher Rundfunk, Radio Bremen, Sender Freies Berlin, Westdeutscher Rundfunk) ihre Vorstellungen von den von ihnen veranstalteten Programmen entwickeln (25–52). Daran schließt sich eine Analyse der Programme und ein abschließender Vergleich mit den ARD-Gemeinschaftsprogrammen.

Die Beobachtungszeit erstreckt sich in diesem Fall über volle drei Sendewochen im Januar 1966. Das Sample umfaßte alle Sendungen der dritten Programme ab 19 Uhr. Insgesamt wurden 10 833 Minuten beobachtet und ausgewertet. Die Autoren geben zu (59), daß ihr Sample problematisch ist, da eine Station (Westdeutscher Rundfunk) erst Versuchssendungen ausstrahlte.

Da sich die Analyse ausdrücklich an Magnus und Berelson anschließt (55), gelten hinsichtlich der mitgeteilten Ergebnisse dieselben Vorbehalte, die oben bereits angemeldet wurden. Es sei hinzugefügt, daß man bei Analysen dieser Art gerne einen Hinweis auf die Codierungsmethode und den Einsatz der Codierer erhalten würde. Die Nützlichkeit und die unbedingte Notwendigkeit solcher Pilotstudien sollen jedoch durch diese Bedenken keineswegs in Frage gestellt werden.

Der aus Unkenntnis der Fakten resultierenden allgemeinen Verwirrung über die Wirkungen des Fernsehens sucht Heft 3 der Reihe zu steuern⁴. Wer sich die Lektüre von Joseph T. Klappers oder Hilde Himmelweits ausführlichen Studien nicht leisten kann und wem G. Maletzkes Sichtung der bis 1963 erschienenen Wirkungsstudien zu allgemein ist, der greife nach Hallorans Überblick über die

³ Dieter Ross, *Die Dritten Fernsehprogramme. Dokumentation und Analyse*. Hamburg 1967. 98 S.

⁴ James D. Halloran, *Wirkungen des Fernsehens*. Hamburg 1966. 79 S. Kart. 10,—.

Wirkungen des Fernsehens vor allem auf die Kinder. Um sich nicht zu weit in die unübersichtlichen Gefilde der Wirkungen von Werbung, Propaganda und Schulfernsehen zu verlieren, werden diese Gebiete von der Betrachtung ausgeschlossen.

Halloran ist Optimist und glaubt, daß wir „weit mehr über die Massenkommunikation und ihre Wirkungen wissen, als allgemein anerkannt wird“ (13). Dann geht er die einzelnen Gebiete durch und referiert die empirisch erarbeiteten Befunde: Wirkungen des Fernsehens auf die Wertvorstellungen, den Gebrauch anderer Medien, das Freizeitverhalten, die Sozialisation in Familie und Gesellschaft, auf Flucht- und Aggressionstendenzen, Geschmacksbildung etc. Auf den letzten Seiten seines Überblicks wendet sich Halloran mehr der Komplexität des Phänomens Wirkung zu und weist auf die theoretischen Ansätze hin, welche die Wirkungsproblematik in das Ins gesamt der in sozialen Systemen stattfindenden Prozesse hineingenommen sehen möchten. Logischerweise schließt sich daran eine äußerst gedrängte Diskussion der umfassenderen Pro-

blematik der Massenkultur an, die Halloran seine *ira et studio* betreibt und in der er seine Position mit dem Wunsch nach präziser Definition der auf beiden Seiten gebrauchten Begriffe umreißt.

Ein weiteres Kapitel beschreibt die Aktivität des US-Komitees zur Erforschung des Problemkreises Fernsehen und Kinder und gibt einen Bericht über die 1963 stattgefundenen Tagung amerikanischer und englischer Fachleute. In einem abschließenden Teil erfährt der Leser von künftigen Forschungsnotwendigkeiten und -vorhaben. Die dort beschriebenen Pläne sind einem vom US-Television Bureau of Advertising herausgegebenen Sammelband entnommen. Leider enthält die deutsche Ausgabe keinen Hinweis auf das „Warum“ der Veränderung gegenüber der englischen Ausgabe (Leicester U. Press 1964), die durch das Weglassen einzelner Pläne geschah. Man wünscht, daß mehr Zusammenfassungen dieser Art (gerade für die bisher nicht berücksichtigten Gebiete der Werbung, Propaganda usw.) erscheinen möchten.

Reinhold Iblacker SJ

Die Wissenschaft vom „Nackten Affen“

„Wenn Sie dieses Buch gelesen haben, werden Sie alles mit anderen Augen betrachten – Ihre Familie – Ihre Freunde – sich selbst.“ So verspricht auf roter Banderole der Verleger des „Nackten Affen“ von Desmond Morris seinen Lesern¹.

Nimmt man das Werk in die Hand, um die ersten zögernden Schritte in Richtung jener umwälzenden Welt- und Menschheits schau zu tun, wird einem zunächst klargemacht, daß man – wenn auch mit dem Titel „homo sapiens“ versehen – „ein nackter Affe geblieben ist“ (12). Man „wäre ein weit weniger bekümmertes und weit mehr mit sich zufriedenes Lebewesen“, wenn man „dieser Tatsache nur erst einmal ins Auge sehen

wollte“ (12). Versucht man sich an das zu klammern, was man von edlen Vorfahren oder versunkenen Kulturen gehört hat, wird einem versichert, es handle sich um „untypische“ und „erfolglose Kulturen“, die „bizar“, „seltsam“, „unheimlich“ seien, um „Seiten arme des Entwicklungsstromes“, um „kultu relle Sackgassen“ (13). Mit anderen Worten: es lohne sich nicht, von der Völkerkunde ein klärendes Wort zu erwarten.

Ahnlich böse sieht es mit der Tiefenpsycho logie aus: sie hat es mit „untypischen Angehörigen der Art“ (14) zu tun, die, „wären sie heil und in Ordnung“, zum Erfahrungsschatz des Psychiaters nichts beigetragen hätten. Es bleibt kein Ausweg: allein die Gegenüber stellung tierischen Verhaltens mit dem „erfolgreicher Angehöriger“ (16) unserer Kultur bringt den Schlüssel zur Frage nach dem „nackten Affen“.

¹ Desmond Morris: Der nackte Affe. Aus dem Englischen von Fritz Bolle. München: Droemer Knaur 1968. 391 S. Lw. 20,-.