

**Hans-Bernd Brosius, Friederike Koschel: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung**

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001, 251 S., ISBN 3-531-13365-9, € 18,-

Spätestens seit den siebziger Jahren versteht sich die aus der Publizistik(wissenschaft) hervorgegangene Kommunikationswissenschaft grobenteils als empirische Sozialforschung, auch wenn sie damit nicht das gesamte Spektrum einschlägiger wissenschaftlicher Erkenntnis und Arbeit wie etwa den gesamten Bereich der Mediengeschichte abdeckt. Die empirischen Methoden gehören mithin zum Pensum des Studiums. Umso erstaunlicher ist es, dass außer Stichwortartikeln in Handbüchern wie dem Fischer-Lexikon dafür bislang kaum brauchbare Einführungen vorlagen. Eine der ersten war die von Klaus Merten u. a. (München/Konstanz 1991 und 1998); nun liegt die der beiden Münchnern Kommunikationswissenschaftler vor. Hervorgegangen ist sie aus einem „einsemestrigen Vorlesungskonzept“ (S.13) für Studienanfänger; entsprechend ist der Stoff ausgewählt und strukturiert, manchmal merkt man noch den mündlichen Duktus, der bei den beiden AutorInnen ein wenig unterschiedlich ausfällt, in Kernsätzen sind die wichtigsten Definitionen, Einsichten und Hinweise festgehalten.

Didaktisch klug beschränken sich die AutorInnen auf die Darstellung der zwei wichtigsten Methoden bzw. – wie bei der letzten, dem Experiment – auf eine Untersuchungsanordnung, in der verschiedene Methoden zum Einsatz kommen können: Befragung und Inhaltsanalyse seien die beiden empirischen Methoden, die in der Kommunikationsforschung vorwiegend angewendet werden. Diese werden sehr ausführlich und in den einzelnen Schritten jeweils nachvollziehbar dargestellt, zumal immer wieder Beispiele aus der Forschungspraxis der Kommunikationswissenschaft herangezogen werden. Sie werden meist den mittlerweile kuranten Paradigmen wie Agenda Setting, Kultivierungshypothese, Wissenskluft, Wirkungsforschung u. a. entnommen, ohne sie weiter zu erläutern, so dass sie Anfängern mindestens aus anderen Kontexten einigermaßen geläufig sein müssten. Besonderen Schwerpunkt legen die AutorInnen auf die Konzeption, Ope-

rationalisierung und Datengewinnung; die Probleme der Datenanalyse und -auswertung sowie der Darstellung und Interpretation, die für Anfänger nicht weniger schwierig und erklärungsbedürftig sein dürften, streifen sie jeweils ausdrücklich nur knapp, ohne dafür eine hinreichende Erläuterung zu liefern. Für diese Forschungsabschnitte muss auf die einschlägigen Lehr- und Studienbücher der empirischen Sozialforschung zurückgegriffen werden.

In den einführenden Kapiteln werden die Prämissen der Methoden vorgestellt: die theoretischen wie die grundlegenden methodologischen wie „Messen und Zählen“ und „Auswahlverfahren“. Fragt man sich indes, inwiefern und wodurch sich Kommunikationswissenschaft von anderen empirischen Sozialwissenschaften unterscheidet, sind die Ausführungen längst nicht so präzise und plausibel wie in den methodischen Kapiteln im engeren Sinne. Als Untersuchungsgegenstand wird nämlich wie üblich pauschal die „gesellschaftliche oder öffentliche (Massen-)Kommunikation“ (S.15) genannt. In sie sind sicherlich Segmente sozialer Verhaltensweisen involviert wie der gesamte Sektor der Mediennutzung, die mittels Messungen und Befragungen in ihren äußerlichen Quantitäten und Frequenzen beschrieben werden können und vor allem von der kommerziellen Marktforschung so ermittelt werden. Aber der gesamte Bereich der Medienanalyse – so postulieren es zumindest unablässig kurante Medienphilosophen – lässt sich eben kaum mehr noch als Abbild von Wirklichkeit interpretieren, sondern muss in seiner wachsenden Eigendynamik und –sinnigkeit auch theoretisch und methodisch aufgegriffen werden. Doch dabei neigen die AutorInnen immer mal wieder einem impliziten Positivismus zu, auch wenn sie den einen oder anderen dekretierten Lehrsatz wenige Seiten später relativieren.

So auch, wenn sie bereits anfangs das „Messen“ fast ausschließlich in den Blick nehmen und dabei unterstellen, dass sämtliche empirische Verfahren auf es hinauslaufen; oder wenn sie behaupten, dass „eine experimentelle Versuchsanordnung [...] als einzige Methode [ermöglicht], ein *Ursache-Wirkungsverhältnis* zu identifizieren“ (S.207, Herv. i. O.). Denn mit dieser Prämisse unterstellen sie einen bestimmten, nämlich allein kausalistisch zu denkenden Wirkungsbegriff, der sich nur auf der Ebene individuellen Verhaltens verifizieren lässt, und sie schließen weiter gefasste Wirkungsbegriffe, die etwa gesellschaftliche Wirkungen einschließen wollen, strikt aus. Diesen Rigorismus kann man vertreten, aber dann muss man ihn theoretisch erläutern und eben nicht en passant bei der Erläuterung einer Methode einführen.

Dieser Position entspricht auch, dass qualitative Methoden vorwiegend als heuristische Instrumente zur Hypothesenbildung und Felderkundung akzeptiert; sie aber nicht in ihrer prinzipiellen erkenntnistheoretischen Alternativität, die sich nicht zuletzt aus dem prekären Untersuchungsgegenstand Kommunikation und symbolische (Re)Konstruktion begründet, expliziert werden. Ähnlich sind auch andere Begriffe wie etwa der der Theorie nicht immer ganz präzise und

konsistent durchgehalten, wie es gerade für eine Einführung erforderlich wäre – wenn Theorie gleichermaßen als gedankliche Prämisse wie als Ergebnis der empirischen Untersuchung reklamiert und ihr Ziel in der „Deckungsgleichheit zwischen Realität und Theorie“ postuliert wird (S.29). So erweist sich also wieder einmal, dass sogar bei der erfreulich verständlichen und für Anfänger brauchbaren Einführung in empirische Konzepte und Methoden die grundlegenden Fragen des Gegenstandfeldes und damit des Faches nach wie vor offen bleiben, selbst wenn manche seiner Protagonisten sie am liebsten für gelöst erklären.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)