

Alexander Godulla

Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter

Grundlagen und Perspektiven
einer integrativen Modellbildung



Springer VS

Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter

Alexander Godulla

Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter

Grundlagen und Perspektiven
einer integrativen Modellbildung

 Springer VS

Alexander Godulla
Fakultät Für Angewandte
Sozialwissenschaften, FHWS
Würzburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-14191-2 ISBN 978-3-658-14192-9 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-14192-9

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Die Wurzeln dieser Habilitationsschrift reichen bis ins Jahr 2000 zurück. Damals hatte das Hamburger Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* unvorsichtigerweise behauptet, dass man nirgends besser in Deutschland studieren könne als an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Dies kam mir entgegen, da ich zu diesem Zeitpunkt den Beruf des Journalisten ergreifen wollte und der Eichstätter „Diplom-Journalist“ so ganz meinen Neigungen zu entsprechen schien. Im Sommersemester 2001 folgte dann ein Kulturschock: Neben der erhofften Praxis wartete das Studium vom ersten Tag an mit einem umfänglichen kommunikationswissenschaftlichen Curriculum auf. Im Proseminar „Grundlagen der Kommunikationswissenschaft“ stellte ich mit Überraschung fest, dass es so etwas wie Modelle öffentlicher Kommunikation gibt. Seltsamerweise kann ich mich noch heute an das positive Erstaunen erinnern, das die Konstrukte aus Stationen und Pfeilen in mir auslösten. Das Fach war mir dadurch ein ganzes Stück weniger fremd geworden.

14 Jahre später ist es meine Aufgabe geworden, vermutlich ähnlich ratlosen Menschen wie ich es damals war den Weg zur Kommunikationswissenschaft zu ebnen. Seit ich diese Tätigkeit im Jahr 2009 aufnahm, habe ich das Fehlen eines aktuellen Modells öffentlicher Kommunikation als großen Mangel empfunden. Der Kosmos des Web 2.0 ist noch nicht in unseren Konstrukten angekommen. Obwohl schon vor mehr als zwei Jahrzehnten erste Ansätze des sich gerade bildenden Online-Journalismus existierten, sprechen wir immer noch von „neuen“ Medien und konfrontieren Studierende mit dieser Formulierung, die nie etwas anderes gekannt haben. Wie sollen sie ein Fach als modern und relevant empfinden, das auch mit seinen Modellen an vielen Aspekten der Gegenwart vorbeikommuniziert und sich dennoch Kommunikationswissenschaft nennt?

Mit dieser Habilitationsschrift will ich den Versuch wagen, diesem Mangel ein Stück weit abzuhelfen. Ein aktualisiertes Modell zu entwickeln ist durchaus

riskant, da die Kommunikationswissenschaft mit ihren Vorläuferdisziplinen rund ein Jahrhundert Begriffsgeschichte aufgebaut hat. Es mag eine Anmaßung sein, das Repertoire der so angehäuften Gegenstände neu zu ordnen und bei dieser Inventur vielleicht sogar den einen oder anderen Aspekt nach seiner kritischen Betrachtung im Fundus zurückzulassen. Aus den genannten Gründen möchte ich hinzufügen: eine notwendige Anmaßung.

Dass dieses Projekt möglich wurde, verdanke ich vielen Menschen. An erster Stelle ist Prof. Dr. Ralf Hohlfeld zu nennen, der mir schon als Doktorvater und nun als Vorsitzender des Fachmentorats zur Seite stand. Außerdem danke ich Prof. Dr. Oliver Hahn und Prof. Dr. Thomas Knieper, die diesem Gremium ohne Zögern beitraten. Auch Prof. Dr. Markus Behmer und Prof. Dr. Klaus Meier gebührt Dank, die sich als externe Gutachter zur Verfügung gestellt haben. Jun.-Prof. Dr. Cornelia Wolf begleitete dieses Projekt mit unermüdlicher Bereitschaft zu Rat, Diskussion und Kritik, was zweifellos der wertvollste Beitrag war.

Bald nach Beginn meines Studiums in Eichstätt verstarb mein Vater Peter Godulla. Ihm widme ich diese Arbeit.

Passau, Deutschland
im Juni 2015

Alexander Godulla

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Erkenntnisinteresse.	3
1.2	Aufbau der Studie	5
2	Das Modell und seine Merkmale	9
2.1	Funktionen des Modells in der Kommunikationswissenschaft	11
2.2	Indikatoren zur Evaluation von Modellen	14
2.3	Zusammenfassung zentraler Befunde I	17
3	Transformationsfelder öffentlicher Kommunikation als Grundlage der Modellbildung	19
3.1	Kommunikationswissenschaft – eine Standortbestimmung	20
3.2	Der Grundbegriff „Öffentlichkeit“	26
3.3	Aktueller Wandel von Öffentlichkeit	31
3.3.1	Digitalisierung	33
3.3.2	Globalisierung	35
3.3.3	Individualisierung.	37
3.3.4	Mediatisierung	39
3.3.5	Ökonomisierung.	40
3.4	Der Grundbegriff „Kommunikation“	41
3.5	Der Grundbegriff „Medium“	45
3.6	Funktionen und Leistungen publizistischer Medien	51
3.6.1	Soziale Funktionen.	53
3.6.2	Politische Funktionen.	55
3.6.3	Ökonomische Funktionen	56
3.6.4	Informations-, Bildungs- und Unterhaltungsfunktion	58
3.7	Zusammenfassung zentraler Befunde II.	60

4 Modelle öffentlicher Kommunikation als empirische Untersuchungsobjekte	63
4.1 Methode und forschungsleitende Frage	64
4.2 Auswahl und Strukturierung der untersuchten Modelle	67
4.3 Untersuchungsdesign und Durchführung der Studie	75
4.4 Zusammenfassung zentraler Befunde III	82
5 Modellkomplex I – Von der Übertragung zur Interaktion.	83
5.1 The Mathematical Theory of Communication (Shannon und Weaver 1948)	84
5.2 Das Organisationsmodell (Schramm 1955)	90
5.3 General Model of Communication (Gerbner 1956)	99
5.4 Conceptual Model for Communications Research (Westley und MacLean 1957)	104
5.5 Stufenschema der Kommunikation (Reimann 1966)	110
5.6 The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning (DeFleur 1966)	115
5.7 Synoptische Evaluation der Modellfunktionen	121
5.7.1 Originalität	126
5.7.2 Einfachheit	130
5.7.3 Wirklichkeitsnähe	133
6 Modellkomplex II – Die Entdeckung des Umweltbezugs	135
6.1 Mass Communication and the Social System (Riley und Riley 1959)	136
6.2 Feldschema der Massenkommunikation (Maletzke 1963)	142
6.3 Funktionale Publizistik (Prakke 1968)	150
6.4 Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion (Hund 1976)	158
6.5 Mediation Diagram and Types of Theory (McQuail 1983)	163
6.6 Synoptische Evaluation der Modellfunktionen	169
6.6.1 Originalität	176
6.6.2 Einfachheit	181
6.6.3 Wirklichkeitsnähe	183
7 Modellkomplex III – Das digitale Zeitalter	185
7.1 Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation (Burkart und Hömberg 1998)	186
7.2 The Emerging Media Ecosystem (Bowman und Willis 2003)	192

7.3	Vermittlungsleistungen in der aktuellen Internetöffentlichkeit (Neuberger 2009)	199
7.4	Synoptische Evaluation der Modellfunktionen	205
7.4.1	Originalität.	210
7.4.2	Einfachheit.	213
7.4.3	Wirklichkeitsnähe	214
8	Auswertung der Befunde nach Forschungsfragen	227
8.1	Forschungsfrage I – Tauglichkeit vorhandener Modelle	228
8.2	Forschungsfrage II – Anschlussfähige Eigenschaften vorhandener Modelle	230
8.3	Forschungsfrage III – Parameter eines integrativen Kommunikationsmodells	232
9	Das integrative Modell öffentlicher Kommunikation	243
9.1	Entwicklung des Basismodells.	244
9.2	Entwicklung des Erweiterungsmodells	252
9.3	Entwicklung des integrativen Modells.	258
9.4	Kritische Diskussion der Modellfunktionen	261
10	Fazit	267
	Literaturverzeichnis	275

Abbildungsverzeichnis

Abb. 3.1	Lehr- und Forschungsfeld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft	25
Abb. 3.2	Medien und Öffentlichkeiten im Mittelalter (800–1400) (Menschmedien und Schreibmedien)	29
Abb. 3.3	Ebenen der Öffentlichkeit	30
Abb. 4.1	Phasenmodell zum Verhältnis qualitativer und quantitativer Analyse	76
Abb. 4.2	Anwendung des Phasenmodells auf die Problemstellung	76
Abb. 4.3	Die Lasswell-Formel als Abbildung kommunikationswissenschaftlicher Forschungsfelder	77
Abb. 5.1	The Mathematical Theory of Communication (Shannon und Weaver)	85
Abb. 5.2	Schematic diagram of a correction system (Shannon und Weaver)	86
Abb. 5.3	Human communication system (Schramm)	91
Abb. 5.4	Receiver and sender in tune (Schramm)	91
Abb. 5.5	Description of sender or receiver in a human communication system (Schramm)	92
Abb. 5.6	Conversation between two people (Schramm)	93
Abb. 5.7	Feedback from our own messages (Schramm)	93
Abb. 5.8	Das Organisationsmodell (Schramm)	94
Abb. 5.9	Society as communicator (Schramm)	96
Abb. 5.10	The basic generalized graphic model (Gerbner)	99
Abb. 5.11	Aspects of a communication sequence illustrated on the graphic model (Gerbner)	101

Abb. 5.12	Conceptual Model for Communications Research – Figure 1 (Westley und MacLean)	104
Abb. 5.13	Conceptual Model for Communications Research – Figure 2 (Westley und MacLean)	105
Abb. 5.14	Conceptual Model for Communications Research – Figure 3 (Westley und MacLean)	106
Abb. 5.15	Conceptual Model for Communications Research – Figure 4 (Westley und MacLean)	107
Abb. 5.16	Stufenschema der Kommunikation (Reimann).	111
Abb. 5.17	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning (DeFleur).	116
Abb. 6.1	Mass Communication and the Social System – Figure 1 (Riley und Riley)	137
Abb. 6.2	Mass Communication and the Social System – Figure 2 (Riley und Riley)	137
Abb. 6.3	Mass Communication and the Social System – Figure 3 (Riley und Riley)	138
Abb. 6.4	Mass Communication and the Social System – Figure 4 (Riley und Riley)	139
Abb. 6.5	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 1 (Maletzke). . .	142
Abb. 6.6	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 2 (Maletzke). . .	143
Abb. 6.7	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 3 (Maletzke). . .	143
Abb. 6.8	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 4 (Maletzke). . .	144
Abb. 6.9	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 5 (Maletzke). . .	144
Abb. 6.10	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 6 (Maletzke). . .	145
Abb. 6.11	Feldschema der Massenkommunikation – Bild 7 (Maletzke). . .	146
Abb. 6.12	Vertikales Verhältnis vom Aussageträger zum Aussageempfänger (Prakke).	150
Abb. 6.13	Horizontaler Prozessverlauf (Prakke).	151
Abb. 6.14	Interdependenz zwischen Kommunikator und Rezipient (Prakke).	151
Abb. 6.15	Kriterien der kommunikativen Kategorie Inhalt (Prakke)	152
Abb. 6.16	Bezugsschema der Interessen von Kommunikator und Rezipient (Prakke)	152
Abb. 6.17	Kommunikative Kongruenz oder Inkongruenz (Prakke)	153
Abb. 6.18	Gesellschaft als Kommunikationssystem (Prakke).	154
Abb. 6.19	Kongruenz der Zeichenvorräte (Prakke).	154
Abb. 6.20	Funktionale Publizistik (Prakke)	155

Abb. 6.21	Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion (Hund)	159
Abb. 6.22	Communication Process in Society (McQuail)	163
Abb. 6.23	Mediation Diagram and Types of Theory (McQuail).	164
Abb. 7.1	Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation (Burkart und Hömberg)	188
Abb. 7.2	Broadcast – Top-down news (Bowman und Willis)	194
Abb. 7.3	Intercast – Bottom-up news (Bowman und Willis).	194
Abb. 7.4	The Emerging Media Ecosystem (Bowman und Willis)	195
Abb. 7.5	Aktuelle Öffentlichkeit unter den Bedingungen traditioneller Massenmedien (Neuberger)	200
Abb. 7.6	Aktuelle Öffentlichkeit unter den Bedingungen des Internets (Neuberger).	200
Abb. 7.7	Vermittlungsleistungen in der aktuellen Internetöffentlichkeit (Neuberger).	201
Abb. 9.1	Entwicklung des Basismodells – Organisationen.	245
Abb. 9.2	Entwicklung des Basismodells – Akteure.	246
Abb. 9.3	Entwicklung des Basismodells – Medien.	249
Abb. 9.4	Entwicklung des Basismodells – Kombination der Basiselemente	251
Abb. 9.5	Basismodell öffentlicher Kommunikation	252
Abb. 9.6	Entwicklung des Erweiterungsmodells – Themen	253
Abb. 9.7	Entwicklung des Erweiterungsmodells – Integration des Themenelements.	256
Abb. 9.8	Erweiterungsmodell öffentlicher Kommunikation	257
Abb. 9.9	Entwicklung des integrativen Modells – Funktionen	258
Abb. 9.10	Entwicklung des integrativen Modells – Integration des Funktionselements	259
Abb. 9.11	Das integrative Modell öffentlicher Kommunikation.	260

Tabellenverzeichnis

Tab. 3.1	Medienfunktionen.	58
Tab. 4.1	Grundlagenwerke in der Voruntersuchung (chronologisch). . . .	69
Tab. 4.2	Fundstellen und Verteilung der analysierten Modelle (chronologisch).	71
Tab. 4.3	Fundstellen und Verteilung der analysierten Modelle (strukturiert nach Kapiteln).	74
Tab. 4.4	Evaluationskriterien der Modellbetrachtung und Leitfragen . . .	81
Tab. 5.1	The Mathematical Theory of Communication – Kommunikator	88
Tab. 5.2	The Mathematical Theory of Communication – Mitteilung. . . .	88
Tab. 5.3	The Mathematical Theory of Communication – Medium	89
Tab. 5.4	The Mathematical Theory of Communication – Rezipient	89
Tab. 5.5	Organisationsmodell – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	96
Tab. 5.6	Organisationsmodell – Kommunikator (neue Kategorien). . . .	97
Tab. 5.7	Organisationsmodell – Mitteilung (vorhandene Kategorien). . .	97
Tab. 5.8	Organisationsmodell – Rezipient (vorhandene Kategorien). . . .	98
Tab. 5.9	Organisationsmodell – Rezipient (neue Kategorien)	98
Tab. 5.10	Organisationsmodell – Wirkung.	98
Tab. 5.11	General Model of Communication – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	102
Tab. 5.12	General Model of Communication – Kommunikator (neue Kategorien)	102
Tab. 5.13	General Model of Communication – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	103

Tab. 5.14	General Model of Communication – Medium (vorhandene Kategorien)	103
Tab. 5.15	General Model of Communication – Rezipient (vorhandene Kategorien)	103
Tab. 5.16	Conceptual Model for Communications Research – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	108
Tab. 5.17	Conceptual Model for Communications Research – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	108
Tab. 5.18	Conceptual Model for Communications Research – Mitteilung (neue Kategorien)	108
Tab. 5.19	Conceptual Model for Communications Research – Rezipient (vorhandene Kategorien)	109
Tab. 5.20	Conceptual Model for Communications Research – Rezipient (neue Kategorien)	109
Tab. 5.21	Stufenschema der Kommunikation – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	113
Tab. 5.22	Stufenschema der Kommunikation – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	114
Tab. 5.23	Stufenschema der Kommunikation – Mitteilung (neue Kategorien)	114
Tab. 5.24	Stufenschema der Kommunikation – Medium (vorhandene Kategorien)	114
Tab. 5.25	Stufenschema der Kommunikation – Rezipient (vorhandene Kategorien)	115
Tab. 5.26	Stufenschema der Kommunikation – Wirkung (vorhandene Kategorien)	115
Tab. 5.27	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	118
Tab. 5.28	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Kommunikator (neue Kategorien)	118
Tab. 5.29	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	119
Tab. 5.30	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Medium (vorhandene Kategorien)	119

Tab. 5.31	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Medium (neue Kategorien)	120
Tab. 5.32	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Rezipient (vorhandene Kategorien)	120
Tab. 5.33	The Components of a General System for Achieving Isomorphism of Meaning – Rezipient (neue Kategorien)	120
Tab. 5.34	Modellkomplex I – Kommunikator	122
Tab. 5.35	Modellkomplex I – Mitteilung	124
Tab. 5.36	Modellkomplex I – Medium	125
Tab. 5.37	Modellkomplex I – Rezipient	127
Tab. 5.38	Modellkomplex I – Wirkung.	128
Tab. 6.1	Mass Communication and the Social System – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	140
Tab. 6.2	Mass Communication and the Social System – Kommunikator (neue Kategorien)	140
Tab. 6.3	Mass Communication and the Social System – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	141
Tab. 6.4	Mass Communication and the Social System – Rezipient (vorhandene Kategorien)	141
Tab. 6.5	Mass Communication and the Social System – Rezipient (neue Kategorien)	141
Tab. 6.6	Feldschema der Massenkommunikation – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	147
Tab. 6.7	Feldschema der Massenkommunikation – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	148
Tab. 6.8	Feldschema der Massenkommunikation – Medium (vorhandene Kategorien)	148
Tab. 6.9	Feldschema der Massenkommunikation – Rezipient (vorhandene Kategorien)	149
Tab. 6.10	Feldschema der Massenkommunikation – Rezipient (neue Kategorien)	149
Tab. 6.11	Feldschema der Massenkommunikation – Wirkung (vorhandene Kategorien)	149
Tab. 6.12	Funktionale Publizistik – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	156
Tab. 6.13	Funktionale Publizistik – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	157

Tab. 6.14	Funktionale Publizistik – Medium (vorhandene Kategorien)	157
Tab. 6.15	Funktionale Publizistik – Rezipient (vorhandene Kategorien)	158
Tab. 6.16	Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	161
Tab. 6.17	Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	161
Tab. 6.18	Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion – Medium (vorhandene Kategorien)	161
Tab. 6.19	Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion – Rezipient (vorhandene Kategorien)	162
Tab. 6.20	Mediation Diagram and Types of Theory – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	166
Tab. 6.21	Mediation Diagram and Types of Theory – Kommunikator (neue Kategorien)	167
Tab. 6.22	Mediation Diagram and Types of Theory – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	167
Tab. 6.23	Mediation Diagram and Types of Theory – Mitteilung (neue Kategorien)	167
Tab. 6.24	Mediation Diagram and Types of Theory – Medium (neue Kategorien)	168
Tab. 6.25	Mediation Diagram and Types of Theory – Rezipient (vorhandene Kategorien)	168
Tab. 6.26	Mediation Diagram and Types of Theory – Rezipient (neue Kategorien)	169
Tab. 6.27	Mediation Diagram and Types of Theory – Wirkung (neue Kategorien)	169
Tab. 6.28	Modellkomplex II – Kommunikator	171
Tab. 6.29	Modellkomplex II – Mitteilung	174
Tab. 6.30	Modellkomplex II – Medium	175
Tab. 6.31	Modellkomplex II – Rezipient	177
Tab. 6.32	Modellkomplex II – Wirkung	179

Tab. 7.1	Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	190
Tab. 7.2	Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	191
Tab. 7.3	Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation – Medium (vorhandene Kategorien)	191
Tab. 7.4	Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation – Rezipient (vorhandene Kategorien)	192
Tab. 7.5	Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation – Wirkung (vorhandene Kategorien)	192
Tab. 7.6	The Emerging Media Ecosystem – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	197
Tab. 7.7	The Emerging Media Ecosystem – Mitteilung (vorhandene Kategorien)	197
Tab. 7.8	The Emerging Media Ecosystem – Medium (vorhandene Kategorien)	198
Tab. 7.9	The Emerging Media Ecosystem – Rezipient (vorhandene Kategorien)	198
Tab. 7.10	Vermittlungsleistungen in der aktuellen Internetöffentlichkeit – Kommunikator (vorhandene Kategorien)	204
Tab. 7.11	Vermittlungsleistungen in der aktuellen Internetöffentlichkeit – Rezipient (vorhandene Kategorien)	205
Tab. 7.12	Modellkomplex III – Kommunikator	207
Tab. 7.13	Modellkomplex III – Mitteilung	208
Tab. 7.14	Modellkomplex III – Medium	209
Tab. 7.15	Modellkomplex III – Rezipient	211
Tab. 7.16	Modellkomplex III – Wirkung	212
Tab. 7.17	Technisches Potenzial des Internets im Medienvergleich I	220
Tab. 7.18	Technisches Potenzial des Internets im Medienvergleich II	222
Tab. 7.19	Vermittlungsakteure, -strukturen und -leistungen der aktuellen Internetöffentlichkeit.	223

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.
Aristoteles: Metaphysik VII. Verkürzte Wiedergabe des Originalzitats

Wer einen Blick auf die Geschichte des Modells innerhalb der Kommunikationswissenschaft riskiert, sieht sich rasch mit einem enormen Bezugsrahmen konfrontiert: Im Extremfall werden Parallelen zwischen der Aristotelischen Rhetorik einerseits und dem paradigmatisch gewordenen Wortmodell der Lasswell-Formel andererseits herangezogen, um die Betrachtung öffentlicher Kommunikation in einen rund zwei Jahrtausende umspannenden Zeitrahmen einzubetten (vgl. Mer-ten 1974, S. 145). Auch wenn sich der Großteil des in diese Betrachtung inkludierten Zeitraums angesichts der erst im 20. Jahrhundert erfolgenden Etablierung der Vorläufer moderner Kommunikationswissenschaft als Vakuum entpuppt, ist Aristoteles' eingangs erwähnte Beschreibung des Phänomens der Emergenz als höchst aktuell zu bewerten.

Öffentliche Kommunikation lässt sich nur schwerlich als konstantes Konstrukt diverser Interaktionsinstanzen abbilden und ist zwangsläufig mehr als nur eine Ansammlung kommunizierender oder rezipierender Akteure sowie ihrer Distributionskanäle, Medien und Botschaften. Das im interdependenten Mit- und Nebeneinander dieser Stationen stattfindende Mitteilen (im ursprünglichen Sinn des lateinischen „communicare“), ist letztlich durch eine sich kontinuierlich entfaltende Dynamik geprägt, die vergleichsweise inkompatibel zum statischen Charakter des Modells ist. Da sich öffentliche Kommunikation derzeit rasant transformiert und ihre Grenzen ständig neu hinterfragt werden, gleicht ihre Modellierung dem Versuch, die Risszeichnung eines nur vage bekannten und ständig im Umbau befindlichen Gebäudes anzufertigen. Dementsprechend überrascht es nicht, dass die Kommunikationswissenschaft in diesem Jahrtausend

bislang nur ein skizzenhaftes Modell öffentlicher Kommunikation mit starkem Fokus auf den Journalismus hervorgebracht hat, das über den Charakter eines Systematisierungsvorschlags nicht hinauskommt (vgl. Neuberger 2009, S. 19 ff.).

Es muss als Analysebefund festgehalten werden, dass sich die Modellbildung innerhalb der Kommunikationswissenschaft in einer gravierenden Krise befindet. Sie ist insofern Teil eines größeren Problemkomplexes, den Saxer (1993, S. 292) als Teil einer wachsenden „Unsicherheit über das Makrogeschehen“ beschreibt: „Es ist erforderlich, viel Wandel [...] und zuviel schwache, wenig überzeugende Theorie zum gesellschaftlichen Wandel der letzten Jahrzehnte zu präzisieren.“ Obwohl innovative theoretische Konstrukte demnach dringend benötigt werden, datiert der letzte Versuch eines Modells mit umfassendem Bezugsrahmen auf das Jahr 1998 und ist zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieser Arbeit damit bereits 17 Jahre alt.

Die damals von Burkart und Hömberg vorgelegte *Elektronisch mediatisierte Gemeinschaftskommunikation* (Burkart und Hömberg 1998, S. 34) darf demzufolge nicht als Reaktion auf jene Entwicklungen interpretiert werden, die schlagwortartig erst Jahre später in der Diskussion um die Definition des Begriffs „Web 2.0“ kulminierten (vgl. Knorr 2003; O'Reilly 2006). Da aus der Kollaboration der User und der Demokratisierung öffentlicher Kommunikation jedoch weitreichende Impulse für deren Neujustierung abzuleiten sind, muss das vorhandene Instrumentarium auf den Prüfstand gestellt werden. Nur so kann Kongruenz zwischen Modell und Betrachtungsobjekt (bzw. der Perspektive auf das Betrachtungsobjekt) gewährleistet werden, was zugleich das entscheidende Qualitätskriterium einer funktionalen Betrachtungsweise darstellt.

Weil die Kommunikationswissenschaft auf dem Feld öffentlicher Kommunikation den Rang einer Referenzdisziplin für sich reklamiert, kann sie der Anforderung eines adäquaten Modells schon aus ihrem Selbstverständnis heraus nicht ausweichen. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass jedes zur Befriedigung dieses Anspruchs generierte Modell grundsätzlich nur temporäre Gültigkeit besitzt und spätestens dann abgelöst werden muss, wenn sich das referenzierte Formal- oder Materialobjekt ändert. Schließlich sind Modelle weit mehr als nur miniaturisierte Abbildungen größerer Sinneinheiten. Strukturell sind sie auch immer Ausdruck der ihnen immanenten Denkweisen, der damit verbundenen Priorisierungen und nicht zuletzt der an sie geknüpften Zwecke sowie Funktionserwartungen. Für die Kommunikationswissenschaft stellen Modelle vor diesem Hintergrund möglichst zutreffende Annahmen von der Beschaffenheit öffentlicher Kommunikation dar, auf deren Basis Hypothesen gebildet, Forschungsprozesse strukturiert und Erhebungsergebnisse interpretiert werden können. Ein einschlägiges Modell öffentlicher Kommunikation ist mit anderen Worten ein wertvolles

Werkzeug, dessen Entwicklung jedoch mit dem angestrebten Anwendungsfeld Schritt halten muss und ständig offen ist für Neuinterpretationen.

1.1 Erkenntnisinteresse

Verfügt die Kommunikationswissenschaft in Gestalt ihrer alten wie aktuellen Modelle über ein taugliches Instrumentarium, um öffentliche Kommunikation zuverlässig abzubilden? Welche Eigenschaften einschlägiger Modelle erweisen sich bis heute als anschlussfähig? Welche Schlussfolgerungen lassen sich daraus für die Entwicklung eines neuen Modells öffentlicher Kommunikation ableiten, das integrativ an bereits geleistete Vorüberlegungen anschließt und diese gewinnbringend auf aktuelle und künftige Fragestellungen anwendet? Diese drei Fragen sind konstituierend für die vorliegende Studie, die sich als Beitrag zur Theoriebildung innerhalb der Kommunikationswissenschaft versteht. Gleichzeitig soll so ein blinder Fleck des bisherigen Diskurses innerhalb des Fachs erhellet werden.

Typischerweise erfolgt die Auseinandersetzung mit Modellen in der einschlägigen Literatur aus drei spezifischen Perspektiven. Mit Abstand am häufigsten werden einige wenige Modellkonstruktionen in Einführungswerken herausgegriffen, um so den abstrakten Begriff der öffentlichen Kommunikation anhand exemplarisch schematisierter Teilaspekte zu illustrieren. Der in dem Modell verkörperte Herleitungsprozess und die implizit darin verkapselte theoretische Basis müssen dabei im Interesse einer stark reduzierten Komplexität in den Hintergrund treten. Alternativ erfolgt der Zugriff über einzelne Aufsätze, die selektiv auf die Attribute eines zu diskutierenden Modells abheben. Die Diskursstrategie zielt dabei auf die qualifizierte Aufdeckung von Schwächen oder die Untermauerung von Stärken und ist im Interesse einer pointierten Argumentation nicht am Aufspannen eines umfassenden Überblicks interessiert. An dritter Stelle steht die summative Zusammenführung von Modellen in Monografien und Aufsatzsammlungen, die jedoch die detaillierte Längsschnittbetrachtung zu Gunsten einer auf pluralistische Vielheit zielenden lexikalischen Gesamtdarstellung vernachlässigen. Da dahinter typischerweise keine zu überprüfende Theorie steht, erspart die Lektüre allenfalls die Konsultation der mitunter schwer erhältlichen Primärquellen sowie die Auseinandersetzung mit ihren spezifischen Begriffsrahmen. Dass dessen Bedeutung so potenziell verschlossen bleibt, ist eine dieser Herangehensweisen immanente Unschärfe.

Es wird also deutlich, dass im Zusammenspiel illustrativer, selektiver oder summarischer Modellbetrachtungen nicht die Chance entsteht, vorhandene Modellansätze in größere Sinneinheiten zu integrieren und so sichtbar werdende

Gemeinsamkeiten und Unterschiede als Anstoß zu weiteren Schlussfolgerungen zu nutzen. Genau dies ist jedoch notwendig, wenn der komplexe Verlauf der Modellgeschichte als gewinnbringende Quelle erschlossen und zudem mit neuer Dynamik aufgeladen werden soll. Schon McQuail und Windahl beklagen in der ersten Auflage ihrer umfangreichen Zusammenstellung von Kommunikationsmodellen: „The activity of making communication models does not in general command a great deal of attention amongst students of mass communication at the present time“ (McQuail und Windahl 1981, S. 2). Ohne der noch folgenden Argumentation vorgreifen zu wollen, ist diese Missachtung des Modells schon wegen dessen großen heuristischen Potenzialen ein Zustand, der der Kommunikationswissenschaft auf lange Sicht den Zugang zu einem fundamentalen Feld der Theoriebildung verschließt und das Fach einer wertvollen Innovationsquelle beraubt.

Die zu beobachtende Stagnation im Modellbildungsprozess und der Rezeption vorhandener Konstrukte ist gekoppelt an eine nur oberflächliche Durchdringung des theoretischen Konstruktionsinstrumentariums. Die Kommunikationswissenschaft begnügt sich häufig mit einem Modellbegriff, der am ehesten als Grobdefinition beschrieben werden kann. Dabei wird meist auf die im Fach populäre Realisierung als Komposition grafischer Elemente zurückgegriffen: „For our purpose, we consider a model as a consciously simplified description in graphic form of a piece of reality. A model seeks to show the main elements of any structure or process and the relationships between these elements“ (McQuail und Windahl 1993, S. 2). Das in der Soziologie erkennbare Nebeneinander weiterer Modellbeschreibungen (vgl. dazu detailliert Mayntz 1967, S. 11 f.) wird also zugunsten der Akzentuierung im Wesentlichen einer Entwicklungslinie außer Acht gelassen. Eine Ausnahmestellung nimmt allenfalls die verbale Beschreibung des Kommunikationsprozesses durch Lasswell ein, deren Rezeption als „Wortmodell“ jedoch weit über die ursprünglich intendierte Reichweite hinausgeht.

Um das eingangs formulierte Erkenntnisinteresse zu befriedigen, ist als Schlussfolgerung ein erkenntnistheoretisches Spagat zu absolvieren: Einerseits bedingt die Auswertung grafischer Modelle als Destillat die Generierung eines neuerlichen grafischen Modells, da alles andere einen inhaltlich nur schwer zu rechtfertigenden Bruch mit der bisherigen Diskurstradition darstellen würde. Als Vorteil des grafischen Modells ist in diesem Zusammenhang auch auf dessen bessere Adaptierbarkeit auf verschiedene an es herangetragene Problemstellungen zu verweisen. Wortmodelle seien demgegenüber „nur bedingt brauchbar, denn [...] sie machen im Einzelfall immer andere Modifikationen erforderlich, ohne dabei noch immer im Grundriß erkennbar zu bleiben“ (Dröge und Lerg 1965, S. 273). Andererseits bleibt diese Herangehensweise dann jedoch auch dem eingengten Modellverständnis der Kommunikationswissenschaft verpflichtet.

Damit an dieser Stelle eine inhaltliche Aufwertung möglich wird, dürfen die Modelle nicht (wie häufig praktiziert) losgelöst von der mit ihnen verknüpften Theoriebasis analysiert werden. Stattdessen ist jedes Modell im Kontext des bei seinem Zustandekommen dokumentierten Herleitungswegs zu betrachten und so für die gegenwärtig stattfindende Modellbildung zu reaktualisieren.

Gleichzeitig sind diese Herleitungswege zu größeren Strängen zu bündeln, um diese möglichst effektiv und redundanzfrei mit der aktuellen Beschaffenheit des referenzierten Kommunikationsprozesses abzugleichen. Als Betrachtungsgrundlage werden dabei ausschließlich Modelle mit ausreichender Reichweite gewählt, die nicht nur Teilaspekte öffentlicher Kommunikation, Einzeltheorien oder die Funktionsweise ausgewählter Kommunikationsprozesse illustrieren. Um einen nachhaltigen Beitrag zum Modelldiskurs zu erbringen, sind stattdessen ausnahmslos alle Kanäle öffentlicher Kommunikation zu berücksichtigen, die traditionell oder aktuell Teil des gesellschaftlichen Diskurses sind und diesen gegenwärtig oder künftig in seiner Beschaffenheit prägen.

1.2 Aufbau der Studie

Die vorliegende Argumentation bedarf einer ganzen Reihe theoretischer Erwägungen, die sukzessive als Diskursbasis etabliert werden müssen. Daher wird auf eine modulare Struktur zurückgegriffen, deren Elemente logisch aufeinander aufbauen und in der Beschreibung relativ basaler Diskussionspunkte ihren Ursprung finden. Diese dramaturgische Anordnung gibt dem Autor die Möglichkeit, relevante Begriffe sukzessive einzuführen und so für den restlichen Verlauf der Darstellung urbar zu machen. Insofern ist es sinnvoll, den Weg vom Allgemeinen zum Besonderen zu beschreiten.

Da ein Modell öffentlicher Kommunikation im Kontext dieser Studie nur aus der allgemeinen Modelltheorie sowie den für die Kommunikationswissenschaft relevanten Kategorien heraus entwickelt werden kann, arbeitet das zweite Kapitel „Das Modell und seine Merkmale“ die Eigenschaften von Modellen und ihre Funktionen für die Kommunikationswissenschaft heraus. Auf diese Weise entsteht ein Evaluationsmaßstab für die spätere Modellanalyse. Gleichzeitig wird so eine erste Orientierungsmarke gesetzt, an der sich die angestrebte Entwicklung eines integrativen Modells öffentlicher Kommunikation ausrichten kann. Im Zentrum der Betrachtung stehen dabei grundsätzliche Modellmerkmale sowie die an sie gerichteten Funktionserwartungen innerhalb der Kommunikationswissenschaft. Darüber hinaus sind prinzipielle Maßstäbe zur Evaluation von Modellen zu entwickeln.

Das dritte Kapitel „Transformationsfelder öffentlicher Kommunikation als Grundlage der Modellbildung“ zielt demgegenüber zunächst auf das Selbstverständnis der Kommunikationswissenschaft und auf ihren Standort als sozialwissenschaftliche Disziplin. Daher ist es notwendig, die Eigenschaften der Begriffe Kommunikation, Medium und Öffentlichkeit schlaglichtartig herauszuarbeiten und den aktuellen Stand der Diskussion aufzuzeigen. Die so erläuterten theoretischen Zugänge und Positionen bilden die Grundlage für die sich im vierten Kapitel „Modelle öffentlicher Kommunikation als empirische Untersuchungsobjekte“ anschließende qualitative Kategorienbildung.

Hier wird darüber hinaus die methodische Strategie erläutert, die hinter der Auswertung der Modelle steht. Die Betrachtung der gebildeten Kategorien orientiert sich dabei an der Struktur der bereits erwähnten Lasswell-Formel und damit an den Aspekten „Kommunikator“ („who“), „Aussage“ („says what“), „Medium“ („in which channel“) und „Rezipient“ („to whom“), da diese als wesentliche Betrachtungsstationen der Modellanalyse gewertet werden können. Das Feld der Wirkung („with what effect“) wird ebenfalls thematisiert, obwohl nach einer ersten Sichtung der Modelle davon auszugehen ist, dass hier mangels Bearbeitung keine nennenswerten Impulse für die Auswertung nach Kategorien sowie die Bildung eines neuen Modells zu erwarten sind.

Für die sich anschließenden Analysekapitel 5 bis 7 ist damit sichergestellt, dass die hermeneutische Leitstruktur der Modelldiskussion zu jedem Zeitpunkt nachvollziehbar bleibt. Die dabei berücksichtigten Konstrukte lassen sich abhängig von ihrer jeweiligen Perspektive und dem Zeitpunkt ihres Entstehens meist mit anderen Modellen in einen größeren Gesamtkontext rücken. Da sie häufig heuristisch ineinandergreifen und bereits an anderer Stelle erarbeitete Elemente in einen neuen Zusammenhang stellen, ist diese integrierte Perspektive der Schlüssel für ein tieferes Verständnis und zugleich ein notwendiger Beitrag zur Neuinterpretation des Modellthemas. Als Basisquelle dient dabei in aller Regel die Erstpublikation des Modells. Ausnahmen bildeten lediglich Texte, die an anderer Stelle in einer einschlägigeren Aufsatzsammlung erschienen oder die von den Urheberinnen und Urhebern selbst zur Revision oder Überarbeitung ihres Modells entwickelt worden sind. Dieser Entschluss wird mit dem Ziel getroffen, die jeweils bestmögliche Literaturbasis zu referenzieren und so konsistente Anschlusskommunikation im Sinne eines weiteren Diskurses zu erleichtern.

Um einen heuristischen Mehrwert zu generieren, werden die zu inhaltlichen Komplexen gebündelten Modelle anhand gemeinsamer Struktureinheiten ausgewählt und analysiert. Dabei wird in zwei Schritten vorgegangen. Zunächst sollen Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei der Verwirklichung der fünf Felder der Lasswell-Formel aufgegriffen werden, die sich aus der weitgehend isolierten

und mikroperspektivischen Betrachtung der Stationen ableiten lassen. Dann sind in einer querschnittsartig aufgebauten Perspektive diese Befunde zusammenzufassen, ehe argumentativ und makroperspektivisch auf jenen Aspekt eingegangen wird, den man gemeinhin als Emergenz bezeichnet. Gemeint ist an dieser Stelle die Gesamtaussage, die die Modelle anhand noch zu entwickelnder Evaluationskriterien durch die Platzierung ihrer Elemente und der so entstehenden Anordnung verkörpern. Dabei werden auch kommunikationswissenschaftliche Sekundärquellen zum Modell sowie zur Interpretation von Formal- und Materialobjekt herangezogen.

Aus naheliegenden Gründen fällt die Analysestrategie chronologisch aus, um evolutionäre Prozesse argumentativ nachzuzeichnen. Entwicklungslinien der Mediengeschichte werden dabei implizit berücksichtigt, da die so zusammengefassten Modelle in einem gemeinsamen historischen Kontext entstanden sind, was vergleichbare Rahmenbedingungen generiert. Dies ist für die angestrebte Evaluation vorhandener Modellstrukturen zielführend, da ohne kontextualisierte Kenntnis der jeweils in Zusammenhang stehenden Evolutionsprozesse keine Aussagen über die Relevanz etablierter Modelle getroffen werden können. Es ist jedoch ausdrücklich nicht das Ziel, an dieser Stelle eine Geschichte der Medien nachzuzeichnen, was insbesondere von Faulstich (1996; 1997; 1998; 2002; 2004b), Koszyk (1966; 1968; 1972a; 1972b), Stöber (2003; 2005) und Wilke (insb. 2008) bereits an anderer Stelle mit großer Akribie geleistet worden ist.

Den Anfang der Modellanalyse macht dabei das fünfte Kapitel „Von der Übertragung zur Interaktion“, das Shannon und Weavers¹ *Mathematical Theory of Communication* (1949, hier: Shannon und Weaver 1975) an den Anfang stellt. In dem Maß, wie Kommunikation als System von dialogischen Wechselbeziehungen wahrgenommen wurde, wuchs auch die sich anschließende Vielfalt von Modellentwürfen. Daher werden an dieser Stelle gleich fünf weitere Entwürfe aufgegriffen. Neben Schramms meist als *Organisationsmodell* rezipiertem Entwurf (Schramm 1955) sind hier auch das *General Model of Communication* (Gerbner 1956), das *Conceptual Model for Communications Research* (Westley und MacLean 1957), das aus dem deutschsprachigen Raum stammende *Stufenschema der Kommunikation* (1966, hier: Reimann 1974) sowie Melvin DeFleurs Diskussionsbeitrag *The Components of a General System for Achieving Isomorphism of*

¹Gemeinhin (und auch in dieser Studie) wird dieses Modell beiden Autoren zugesprochen. Im Interesse der Genauigkeit ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der zu Grunde liegende Aufsatz von Shannon verfasst wurde, um gemeinsam mit Weaver in einer Monografie herausgegeben zu werden.

Meaning (1966) als einschlägige Werke zu nennen. Ausdrücklich nicht aufgegriffen wird DeFleurs weitaus bekanntere schematische Darstellung von Massenmedien als soziale Systeme (DeFleur 1966, S. 160), da diese primär die Situation des US-amerikanischen Mediensystems skizziert und nicht an abstrakteren Allausagen interessiert ist.

Neben der Betonung des interaktiven Charakters öffentlicher Kommunikation war auch deren Einbettung in einen größeren gesellschaftlichen Kontext eine hochgradig relevante Innovation auf dem Feld der Modellkonstruktion. Das sechste Kapitel „Die Entdeckung des Umweltbezugs“ diskutiert neben dem in ein soziales System integrierten Kommunikationssystem von Riley und Riley (1959) auch Maletzkes *Feldschema der Massenkommunikation* (1963, hier: Maletzke 1972), die *Funktionale Publizistik* (Prakke 1968) sowie das *Modell massenhaft kommunizierter Nachrichten unter Bedingungen kapitalistischer Warenproduktion* (Hund 1976). Hinzu kommt McQuails *Mediation Diagram and Types of Theory* (McQuail 1983), das in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft nur partiell rezipiert worden ist und den Kommunikationsprozess in einen institutionellen Rahmen einbindet.

Damit ist zugleich die Auseinandersetzung mit jenen Modellen abgeschlossen, bei deren Erstellung das Ausmaß der Digitalisierung öffentlicher Kommunikation noch nicht antizipiert werden konnte. Das siebte Kapitel „Das digitale Zeitalter“ widmet sich diesem Feld mit den Entwürfen der *Elektronisch mediatisierten Gemeinschaftskommunikation* (Burkart und Hömberg 1998), dem Entwurf zum *Emerging Media Ecosystem* (Bowman und Willis 2003) sowie dem darauf aufbauenden *Modell der Vermittlungsleistungen in der aktuellen Internetöffentlichkeit* (Neuberger 2009). Die beiden letztgenannten Modelle repräsentieren dabei erste Versuche, Journalismus als Teilbereich einer umfänglich transformierten öffentlicher Kommunikation abzubilden.

Aus der kritischen Evaluation all dieser Modelle werden Impulse für die Entwicklung eines integrativen Modells öffentlicher Kommunikation abgeleitet, das die unterschiedlichen Modalitäten tradierter und aktueller Prozesse in sich vereint, die aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive als relevant gelten dürfen.

Das modellistische Erkenntnis Konzept bleibt dem Umstand eingedenk, daß alles wissenschaftliche Erkennen unabgeschlossen, ‚auf dem Wege‘ ist. Auf all seinen Entwicklungsstufen bleibt es im Blick auf das Ganze des Theoriebildungsprozesses immer nur Heuristik.
Herbert Stachowiak (1973): Allgemeine Modelltheorie

Bereits die wörtliche Übersetzung des Begriffs „Modell“ kann als Hinweis auf seine zentralen Eigenschaften interpretiert werden. So bezeichnet das lateinische „modulus“ ursprünglich ein „Maß“ oder den „Maßstab“. Ein Modell ist also eine „vereinfachte, abstrahierende Repräsentation eines Realitätsbereiches mit dem Ziel, die unter einer bestimmten Problemstellung relevanten Aspekte herauszuheben und überschaubar zu machen“ (Maletzke 1998, S. 56). Wie die allgemeine Modelltheorie zeigt, ist das Modell demnach – ein ausreichend weites Verständnis vorausgesetzt – so alt wie jede Form tradierbarer Kulturleistung. Schon für das Handwerk der Altsteinzeit kann konstatiert werden, dass vor der Herstellung einer beliebigen standardisierten Form bereits eine Vorstellung des betreffenden Gegenstands bestanden haben muss (vgl. Bernal 1978). Auch für Höhlenmalereien sind Vorlagen in Gestalt graviertes Kiesel, Plättchen oder Knochen nachweisbar, die offenbar weitergereicht wurden und als Vorlagen – eben Modelle – dienten (vgl. Müller 1983, S. 18).

Die dementsprechend lange Geschichte des Modellbegriffs geht einher mit einer intensiven Rezeption und Transformation aus zahlreichen Erkenntnisperspektiven, die im Kontext der Kommunikationswissenschaft vernachlässigbar erscheinen. Weitaus relevanter ist die Urbarmachung des allgemeinen Modellbegriffs durch die moderne Wissenschaft. Besonders bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die kybernetisch ausgerichtete Grundlagenforschung von Stachowiak (1973), der die Arten und Merkmale des Modells umfänglich analysiert

und erschlossen hat. Die durch ihn vorgelegte Argumentation charakterisiert das Denken in Modellen als eine Art anthropologische Grundkonstante. Damit geht eine universelle Präsenz des Modells einher sowie seine fundamentale Aufwertung:

Hiernach ist alle Erkenntnis *Erkenntnis in Modellen* oder *durch Modelle*, und jegliche menschliche Weltbegegnung überhaupt bedarf des Mediums „Modell“: indem sie auf das – passive oder aktive – Erfassen von etwas aus ist, vollzieht sie sich *relativ zu bestimmten Subjekten*, ferner *selektiv – intentional selektierend und zentrierend* – und *in je zeitlicher Begrenzung* ihres Original-Bezuges (Stachowiak 1973, S. 56, H. i. O.).

Innerhalb dieser Funktionsbeschreibung des Modells existiert offenkundig kein Bereich, der von der Modellbildung prinzipiell ausgenommen wäre. Die Wahrnehmung selbst wird zum Modellierungsprozess, der keine endgültigen Aussagen über die Realität selbst treffen kann. Dieses Fehlen eines archimedischen Punktes verbindet die Modelltheorie augenscheinlich mit konstruktivistischen Konzepten – eine Denkweise, der ein potenzielles Risiko anhaftet: Da die Realität (oder der Konstruktionsanreiz) und die Wirklichkeit (oder das darauf basierende Konstrukt) keinem unmittelbaren Vergleich unterzogen werden können, ist auch die im Modell verkörperte Wirklichkeitskonstruktion nur eingeschränkt auf ihre Validität hin überprüfbar. Stachowiak begegnet dieser Problematik mit einer Begriffsanalyse des allgemeinen Modellbegriffs, aus der er drei resultierende Merkmale ableitet. Das keineswegs auf die Sozialwissenschaften eingeeengte Anforderungsspektrum setzt sich wie folgt zusammen (Stachowiak 1973, S. 131 f, H. i. O.):

► **Abbildungsmerkmal** *„Modelle sind stets Modelle von etwas, nämlich Abbildungen, Repräsentationen natürlicher oder künstlicher Originale, die selbst wieder Modelle sein können.“*

► **Verkürzungsmerkmal** *„Modelle erfassen im allgemeinen nicht alle Attribute des durch sie repräsentierten Originals, sondern nur solche, die den jeweiligen Modellerschaffern und/oder Modellbenutzern relevant erscheinen.“*

► **Pragmatisches Merkmal** *„Modelle sind ihren Originalen nicht per se eindeutig zugeordnet. Sie erfüllen ihre Ersetzungsfunktion a) für bestimmte – erkennende und/oder handelnde, modellbenutzende – Subjekte, b) innerhalb bestimmter Zeitintervalle und c) unter Einschränkung auf bestimmte gedankliche oder tatsächliche Operationen.“*

Zusammenfassend lässt sich also festhalten: Modelle existieren stets in Relation zu etwas, niemals an sich. Sie erfüllen daher eine abbildende Stellvertreterleistung für ein noch nicht näher definiertes Original. Die Bildung eines Modells stellt zugleich einen Prozess der Komplexitätsreduzierung dar, da typischerweise nicht alle Attribute des Originals abgebildet werden können. Diese Transformation wird geleitet von den bei der Modellerschaffung vorliegenden Relevanzvorstellungen sowie den unterstellten Anforderungen der Zielgruppe(n). Nur was bedeutsam erscheint, wird daher in das Modell aufgenommen. Daraus resultiert eine Pointierung zentraler Aspekte, die zu Ungunsten peripherer Elemente in den Vordergrund treten. Dabei ist prinzipiell der teleologische Charakter des Modells ausschlaggebend, also seine Orientierung an den mit ihm vorzunehmenden Operationen. Daraus entsteht keine permanente Gültigkeit des Modells: Die Ersetzungsfunktion nimmt es nur innerhalb bestimmter Zeitintervalle wahr, die mit einer Neufindung der Perspektive oder einer Veränderung des Gegenstands abgeschlossen werden können.

Neben den Merkmalen des Modells definiert Stachowiak (1973, S. 138 f.) auch die Funktionen von Modellen für die Wissenschaft. So dienen sie als Demonstrationsmodelle zur Veranschaulichung von Zusammenhängen, als Experimentalmodelle zur Hypothesenprüfung oder -ermittlung, als theoretische Modelle zur logisch bündigen Vermittlung von Erkenntnissen über Sachverhalte sowie als operative Modelle, die als Entscheidungs- und Planungshilfen Einsatz finden. Es wird deutlich, dass auf das kommunikationswissenschaftliche Modell alle vier Funktionen anwendbar sind. Ein Modell öffentlicher Kommunikation erscheint geeignet, beispielsweise gegenüber Studierenden Zusammenhänge zu verdeutlichen, die Reichweite von Hypothesen abzubilden, die Struktur vorhandenen Wissens zu systematisieren sowie Forschungsabläufe anhand ihrer Verortung im Gesamtsystem zu erläutern.

2.1 Funktionen des Modells in der Kommunikationswissenschaft

Da sich innerhalb der Kommunikationswissenschaft ein eigener Kanon von Modellfunktionen etabliert hat, soll an dieser Stelle der Blick auf die hier einschlägigen Zugänge verengt werden. Ein prinzipieller Widerspruch zu den bisherigen Ausführungen tritt dabei nicht auf, wohl aber eine anders gewichtete Strukturierung der an Modelle gerichteten Funktionserwartungen. Dies geschieht insbesondere unter dem Eindruck der Argumentation von Deutsch, die intensiv in der Kommunikationswissenschaft rezipiert worden ist (etwa Burkart 2002,

S. 490; Merten 1999, S. 58). Deutsch (1952, S. 357) liefert eine extrem prägnante Definition, die zugleich ausschlaggebend für die das weitere Verständnis des Modellbegriffs ist: „By a model is meant a structure of symbols and operating rules which is supposed to match a set of relevant points in an existing structure or process.“ Die einzige (und zugleich als undurchführbar verworfene) Alternative zu derartigen Modellen bestehe darin, die abzubildende Struktur oder den abzubildenden Prozess vollständig einzufangen – eine Ansinnen, das genauso unsinnig sei wie das Einpacken ganzer Länder statt der Verwendung eines Atlanten (vgl. Deutsch 1952, S. 357 f.).

Deutsch hebt vier Funktionen von Modellen besonders hervor, an denen sich auch Kommunikationsmodelle messen lassen. Da seine Ausführungen meist nur fragmentarisch übernommen werden, sollen die von ihm eingebrachten Diskussionsaspekte hier wegen der zentralen Stellung dieses Kapitels mit der gebotenen Ausführlichkeit wiedergegeben werden. Die Funktionen lauten:

► **Organisationsfunktion** „By the *organizing* function is meant the ability of a model to order and relate disjointed data, and to show similarities or connections between them which had previously remained unperceived“ (Deutsch 1952, S. 360, H. i. O.).

Das Modell ordnet und integriert nicht zusammenhängende Daten. Isolierte Teile von Informationen fallen laut Deutsch insbesondere dann in einen bedeutsamen Zusammenhang, wenn Modelle eine „*esthetic experience*“ (Deutsch 1952, S. 360) darstellten, sich also ebenso erfassbar wie logisch präsentierten. In Anlehnung an Lazarsfeld spricht Deutsch von einem Aha-Erlebnis, das besonders gut ins Gedächtnis vordringe und sich möglicherweise auch besser erinnern lasse.

Damit einher geht eine „*explanation*“, also eine Erklärungsfunktion, die Deutsch klar von der noch zu erläuternden Prognosefunktion abgrenzt. Das Modell strukturiert demnach unvertraute Informationen in einer dem Rezipienten bekannten Art und Weise. Dadurch fällt die Erklärung befriedigend aus („*satisfactory*“) und stillt möglicherweise die Neugier des Betrachters („*satisfies our curiosity*“).

Bei der Gestaltung von Kommunikationsmodellen birgt diese Funktion ein erkennbares Strukturierungspotenzial: Da Kommunikation grundsätzlich durch einen inhärenten Prozesscharakter geprägt ist (vgl. Abschn. 3.4), entsteht zwangsläufig ein Feld mit verschiedenen zu organisierenden Akteuren. Deren systematische Präsentation ist ein naheliegender Schritt zur Abbildung des Forschungsfelds der Kommunikationswissenschaft. Gleichzeitig lässt sich so ein nur im Moment des Ablaufs nachweisbarer Prozess in seinen potenziellen Grundkonstellationen abbilden und darüber hinaus auch didaktisch aufbereiten.

► **Heuristische Funktion** „It seems, however, that explanations almost invariably imply some predictions; even if these predictions cannot be verified by techniques practicable at the present time, they may yet serve as *heuristic* devices leading to the discovery of new facts and new methods“ (Deutsch 1952, S. 361, H. i. O.).

Das Modell dient der Vermittlung neuer (also für den Betrachter bisher unbekannter) Informationen. Gleichzeitig legt es bestimmte Vorhersagen über den Ablauf der dargestellten Prozesse nahe.

Kommunikationsmodelle sind insofern für die Theorie- und Hypothesenbildung von besonderem Interesse: Indem die auf ihre Relevanz hin geprüften Aspekte des Kommunikationsprozesses abgebildet werden, wird zugleich eine Exklusion vorgenommen. Damit gehen zwei wesentliche Innovationsanstöße einher: Einerseits wird deutlich, welche Themen oder Prozesselemente aufgrund ihrer Unzugehörigkeit keiner Analyse zugeführt werden sollten. Andererseits werden aber auch blinde Flecken aufgedeckt, die auf Lücken bei der Analyse des Formalobjekts hindeuten oder Defizite innerhalb des Forschungsprozesses offenlegen.

► **Prognosefunktion** „Little has to be said about the predictive function of a model, beyond the well known requirement of verifiability by physical operations. There are different kinds of predictions, however, which form something of a spectrum. At one extreme we find simple yes-or-no predictions; at higher degrees of specificity we get qualitative predictions of similarity and matching, where the result is predicted to be of this kind or of that kind, or of this particular delicate shade; and at the other extreme we find completely quantitative predictions which may give us elaborate time series which may answer the questions of when and how much“ (Deutsch 1952, S. 361).

Das (hypothetische) Modell kann Aussagen über den zu erwartenden Ablauf von (realen) Vorgängen treffen. Anders als die Organisationsfunktion oder die heuristische Funktion sieht Deutsch diesen Aspekt primär bei physikalischen Vorgängen realisiert. Gemeinhin werden in diesem Kontext auch Modelle herangezogen, „um eine bestimmte Aufgabe lösen zu können, deren Durchführung mittels direkter Operationen am Original zunächst oder überhaupt nicht möglich bzw. unter gegebenen Bedingungen zu aufwendig ist“ (Wüstneck 1972, S. 729).

Es ist naheliegend, dass die hier formulierte Funktion innerhalb einer Sozialwissenschaft nicht zur vollen Wirkungsmächtigkeit reifen kann. Dennoch soll ein wesentliches Potenzial der Prognosefunktion nicht unerwähnt bleiben: Indem das