

## RESEARCH-IN-BRIEF

**Mittendrin und trotzdem nicht dabei.**

Zugespitzte Anmerkungen zur nichts sagenden Bedeutung der  
Kommunikationswissenschaft in der Gesellschaft

**Right in the middle but still not involved.**

Pointed remarks on the expressionless meaning of communication  
studies in society

*Klaus-Dieter Altmeppen*

**Klaus-Dieter Altmeppen (Prof. Dr.)**, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Studiengang Journalistik, Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt. Contact: klaus-dieter.altmeppen(at)ku.de.



© Klaus-Dieter Altmeppen

## **Mittendrin und trotzdem nicht dabei.**

Zugespitzte Anmerkungen zur nichts sagenden Bedeutung der Kommunikationswissenschaft in der Gesellschaft

## **Right in the middle but still not involved.**

Pointed remarks on the expressionless meaning of communication studies in society

*Klaus-Dieter Altmeppen*

**Zusammenfassung:** Der Beitrag greift Beobachtungen zum Zustand der Kommunikationswissenschaft (KMW) auf und verdichtet sie in pointierter Weise zur These, dass sie auch deshalb bedeutungslos ist, weil ihre Themen kaum von öffentlichem Interesse sind. Die KMW müsste, so einige Vorschläge, gesellschaftliche Relevanz anstreben und Kommunikationswissenschaftler:innen müssten sich einmischen wollen in öffentliche Debatten. Um das zu erreichen, wäre eine Selbstvergewisserung der Aufgabe der KMW ebenso nötig wie der Einbezug verantwortlichen gesellschaftlichen Handelns und die Beendigung des Zustands als Integrationswissenschaft.

**Schlagwörter:** Kommunikationswissenschaft, Bedeutung, Verantwortung, Legitimation, Relevanz, Ende der Integrationswissenschaft.

**Abstract:** The contribution picks up observations about the state of communication science (CS) and concentrates them to the pointed theses, that she is meaningless since her topics are rarely of public interest. CS has to some suggestions to strive for societal relevance and communication scholars should have to be willing to intervene in public debates. To achieve that communication science should assure itself about its function as well as the inclusion of responsible societal action and the completion of the condition as a integration science.

**Keywords:** Communication studies, meaning, responsibility, legitimization, relevance, end of integration science.

### **1. Einleitung**

Der Anlass dieses Beitrages ist eine Reihe von Beobachtungen, die sich zu mehr als alltagstheoretischen Erscheinungen verdichtet haben. Auf der positiven Seite ist das die mit der Digitalisierung verbundene gesellschaftsweite Aufmerksamkeit für digitale technologische Entwicklungen,

digital fundierte soziale Prozesse und digitale ökonomische Phänomene, die einen enormen Schub für die Kommunikationswissenschaften mitbringen. So hätte doch erwartet werden können, dass die im Zuge der Digitalisierung auftauchenden kommunikativen Geschehnisse zuallererst Kommunikationswissenschaftler:innen in die diversen Öffentlichkeiten befördern.

Hate Speech, Fake News, Kommunikationsplattformen, Werbegelder, Social Bots, Social Media Analytics, Data Mining, Algorithmen: Das sind doch alles Phänomene, die mitten in der Kommunikationswissenschaft stehen.

Angesichts der Verknüpfung von Digitalisierungskontexten mit den Gegenständen von Medien, Plattformen und Öffentlichkeit befindet sich die Kommunikationswissenschaft vordergründig mittendrin in den gesellschaftlich relevanten Debatten. Da sie dazu ausreichend Forschungsergebnisse vorzulegen hat, sollte sie aus dieser Perspektive bedeutend sein.

Zugleich ist jedoch zu konstatieren, dass die Kommunikationswissenschaft nichts zu sagen hat zu den digitalen Wandlungsprozessen in der Gesellschaft. Sie ist nichts sagend, im doppelten Sinne, und daher bei den gesellschaftsrelevanten Debatten nicht dabei. Das ist sehr bedauerlich und soll thesenartig im Folgenden entfaltet werden.

## 2. Ursachen und Folgen

### 2.1 Ursachen

Erstens ist die Bedeutungslosigkeit, das Nichts sagen, bedauerlich, weil wir wohl feststellen müssen: Die Gesellschaft interessiert sich nicht für die ureigensten Themen der Kommunikationswissenschaft. Medien und Öffentlichkeit, die Themen der Kommunikationswissenschaft, spielen keine Rolle in öffentlichen Debatten, geschweige denn eine dominierende. Beiträge der Kommunikationswissenschaften werden kaum abgefragt. Sichtbarstes Beispiel: Die Einstellung der meisten Formate des Medienjournalismus mangels Interesses des Publikums. Da alle Lesen, Hören und Sehen, da das Smartphone als Kulminationspunkt digitaler Kommunikation

ein Wohlfühlartefakt mit hohem Verführungspotential ist, spielen die ureigensten Themen der Kommunikationswissenschaft öffentlich keine Rolle.

Wenn Medien und Öffentlichkeit eine Rolle spielen, bei Fake News, YouTube-Influencern oder der Meinungsmacht der Internetkonzerne, dann reden selten Kommunikationswissenschaftler:innen über Forschungsergebnisse dazu. In öffentlichen Debatten zu diesen Themen dominieren Namen aus anderen Wissenschaften, Katharina Zweig und Simon Hegelich zum Beispiel, die Stiftung Neue Verantwortung in Hamburg, ein „Think Tank für die Gesellschaft im technologischen Wandel“. Aus-SAGEN von Kommunikationswissenschaftler:innen: Fehlanzeige. Offensichtlich verhallt Andreas Hepps Appell ungehört: „Begreift sich die Kommunikations- und Mediawissenschaft als diejenige Wissenschaftsdisziplin, die sich mit der medialen Vermittlung von Kommunikation befasst, wird sie mit der tiefgreifenden Mediatisierung ihren Blick auf die Welt erweitern müssen.“ (Hepp, 2016, S. 233)

Der zweite bedauerliche Grund, der sich aus den Beobachtungen über die Unsichtbarkeit der Kommunikationswissenschaft und ihr Nichts-Sagen im öffentlichen Raum herleiten lässt, liegt darin, dass die anderen Wissenschaften das Feld nicht den Kommunikationswissenschaftler:innen überlassen. Unterschiedliche Sozialwissenschaften okkupieren den öffentlichen Raum, sie beackern, häufig wenig kompetent, das Feld der öffentlichen Kommunikation selber. Sie benötigen den Sachverstand von Kommunikationswissenschaftler:innen nicht, sondern erklären selber, wie das geht mit den Medien. Insofern ist auch Uwe Hasebrinks Hoffnung trügerisch (Hasebrink, 2017), die Kommunikationswissenschaft könne anderen

Wissenschaften etwas geben. Das würde voraussetzen, dass diese anderen Wissenschaften das Gefühl haben, ihnen fehle was. Mitnichten.

Dafür gibt es viele Beispiele.

1. So klärt der Soziologe Holger Lengfeld in der SZ (22.9.2017) darüber auf, dass man aus der Forschung wisse, dass das deutsche Mediensystem Besonderheiten aufweise, die wiederum ursächlich mit dem Vorwurf der Lügenpresse zu tun haben. „Deutsche Journalisten haben viel stärker als in anderen Ländern die Vorstellung, einen aktiven Beitrag zu einer positiven gesellschaftlichen Entwicklung leisten zu wollen. Dazu gehört auch, das Publikum zu erziehen.“ Und weiter: „Nun sind Medienleute in Deutschland laut Umfragen im Schnitt etwas linksliberaler als in anderen Ländern. Daher gibt es kaum wertkonservative Medienformate wie es sie in den 70ern in der BRD gab, wo politischer Streit viel stärker aufeinanderprallte. Das vermissen diese Menschen, die solche Vorwürfe äußern. Sie finden in den Medien ihre Wertevorstellungen nicht wieder.“ An diesen Einstellungen hat sich auch nichts geändert, so Lengfeld, denn schon „vor sechs, sieben Jahren hatten die Menschen dieselben Einstellungen, aber keinen Ort, um sich zu äußern. Wir nennen das die Umkehrung der Schweigespirale: Sobald die anderen schweigen, schweige ich auch, aber wenn sich andere äußern, die dieselbe Meinung vertreten, werde ich auch ermuntert, zu sprechen.“ Es ist nicht klar, wen Lengfeld mit „wir“ meint, aber sicher nicht Kommunikationswissenschaftler:innen. Die würden ihn darüber aufklären können, dass seine Äußerungen zu Einstellungen von Journalist:innen und

den politischen Richtungen von Medienformaten unter den Bedingungen von Ökonomisierung seit Jahren schon viel zu pauschal und daher in großen Teilen nicht haltbar sind.

2. Populismus und Medien sowie Framing sind ureigenste Begriffe der Kommunikationswissenschaft. Nur leider in der Öffentlichkeit äußern sich zu diesen Begriffen selten Kommunikationswissenschaftler:innen. Über Populismus und dessen Nähe zu den Strukturen medialer Berichterstattung redet öffentlich wahrnehmbar Paula Diehl, ebenso Politikwissenschaftlerin wie Elisabeth Wehling, die über Framing redet. Ganz nebenbei: Gewaltforscher:innen warnen mittlerweile davor, die differenzierten Personen und Gruppen extremer Provenienz alle nur über die Engführung eines Populismusbegriffes zu definieren (Heitmeyer, 2018).
3. Über die Rolle von Medien bei gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit sprechen und schreiben Soziolog:innen und Gewaltforscher:innen häufiger öffentlich. Hinsichtlich gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit spielen die Medien eine maßgebliche Rolle bei Kategorisierungen, Stereotypisierungen und Vorurteilen (Zick, Küpper, & Hövermann, 2011, S. 33, 37). Wie aber und welche kommunikationswissenschaftlichen Ergebnisse so nebenbei zu solchen Themen zitiert werden, das ist manchmal gruselig. Etwa wenn in einem Band „Rechte Hassgewalt in Sachsen. Entwicklungstrends und Radikalisierung“ (Backes et al., 2019) die durchaus längeren Passagen zur Rolle der Berichterstattung auf zwei Büchern basieren: Kappes, Krone und Nowy 2017 (eine

Sammlung von Essays) und Rössler 1997. Dies spricht nicht gegen die beiden Bände, aber als einzige Belegquellen in einem politikwissenschaftlichen Werk schaden sie der Kommunikationswissenschaft mehr als sie nützen, denn sie hat viel mehr und viel aktuellere Leistungen vorzuweisen.

4. Die Reihe ließe sich fortsetzen, etwa mit Herfried Münkler und Harald Bluhm (2002), ebenfalls Politikwissenschaftler, die in ihren Beiträgen zu Gemeinwohl explizit und ausdrücklich darauf hinweisen, dass der Gehalt dieses Begriffes von seiner öffentlichen Aushandlung abhängt; oder mit Claudia Ritzi (2014), die sich intensiv mit Veränderungen von Öffentlichkeiten in Postdemokratien beschäftigt und deren Beiträge dazu öffentlich vielfach wahrnehmbar sind.

Als Fazit lässt sich festhalten: Die Kommunikationswissenschaft operiert mit Gegenständen (wie Medien, Plattformen und Öffentlichkeiten), die so gut wie kein öffentliches Interesse erwecken (so auch, weniger strikt ausgedrückt, Hasebrink, 2017, S. 117). Zudem wird immer offensichtlicher, dass andere Wissenschaftsdisziplinen verstärkt (an-)erkennen, dass öffentliche Kommunikation eine wesentliche Rolle spielt bei der Herstellung und Veränderung öffentlich relevanter Themen. Ihnen kommt es aber nicht in den Sinn, die für diese Gegenstände zuständige Wissenschaft zu fragen oder einzubinden, sondern sie erklären sich selbst zu kompetenten Expert:innen für Antworten auf Fragen einer kommunikativen digitalen Gesellschaft. Dass andere Disziplinen das Theorierepertoire der Kommunikationswissenschaft als problemlösend auffassen könnten, wenn es ihnen nur entschieden genug präsentiert wird, dass sie die Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft respek-

tieren und anerkennen, diese Hoffnung überlebt zumeist nicht mal den Moment des – seltenen – gemeinsamen Gesprächs.

## 2.2 Folgen

Soweit kurzrissisch zu den Ursachen. Nun kann man/frau diese Bedeutungslosigkeit der Kommunikationswissenschaft achselzuckend akzeptieren, oder darauf verweisen, dass es doch wie stets Ausnahmen gibt, wie etwa Bernhard Pörksen oder Jo Groebel sowie wenige weitere in der Regel männliche Kollegen. Jedoch: genau diese wenigen Ausnahmen bestätigen die breite Sprachlosigkeit der Kommunikationswissenschaft bei gesellschaftlich relevanten Themen, zumal die wenigen Sprachrohre als Personen sprechen und die sie beherbergenden Institutionen zumeist negieren.

Die Sprach- und Bedeutungslosigkeit der Kommunikationswissenschaft beruht auf fachinternen wie gesellschaftlichen Änderungen, die nicht spurlos an der Kommunikationswissenschaft vorbei gehen, die Folgen haben werden. Die relative Erfolglosigkeit beim Einwerben von Forschungsverbünden wird sich eher verstärken, wenn das Fach öffentlich blass bleibt. Gerhard Vowe und Florian Meißner (2020, S. 151) haben sechs Faktoren identifiziert, die über Erfolg oder Misserfolg von Anträgen entscheiden: Antragsqualität, Qualifikationsprofil der Antragstellenden, Kompetenz der Gutachter, Entscheidungsprozesse in Gremien, Unterstützung durch Universitätsleitungen und Inanspruchnahme der DFG-Beratung. Dies sind nahezu ausschließlich fachdisziplinäre und/oder prozessuale Faktoren. Um darüber hinaus gehen zu können, sind weitere Herausforderungen zu meistern, die das Profil der Kommunikationswissenschaft insgesamt betreffen: Die Entwicklung

eines gesellschaftspolitischen Anspruchs, die Überwindung eines empiristisch-datentechnokratischen Trends und die Aufwertung des unterentwickelten Selbstverständnisses als Gesellschaftswissenschaft. Erst mit dieser Grundlage wird zu erreichen sein, was Vowe & Meißner (2020, S. 152) ganz am Ende ihrer Konsequenzen einräumen, dass nämlich die Kommunikationswissenschaft zu den anderen Sozialwissenschaften aufschließen muss.

Dazu muss die Kommunikationswissenschaft Antworten auf die Fragen finden, die aus einer differenztheoretischen Perspektive gestellt werden:

1. Das Sollen: Warum sollte die Kommunikationswissenschaft bedeutend und vielsagend sein? Weil sie eine gesellschaftliche Relevanz benötigt (Legitimationsdefizit).
2. Das Wollen: Warum will die Kommunikationswissenschaft bedeutend und vielsagend sein? Weil sie dadurch eine Stärkung als Fach im wissenschaftlichen Wettbewerb erlangen kann (Relevanzdefizit).
3. Das Können: Warum kann die Kommunikationswissenschaft bedeutend und vielsagend sein? Weil sie die Kompetenz hat für die aktuellen Fragen moderner Gesellschaften, die im Zusammenhang mit öffentlicher Kommunikation sichtbar sind (Verantwortungsdefizit).

### 3. Legitimation, Relevanz, Verantwortung

#### 3.1 Vom Sagen-Wollen zur Sichtbarkeit (Legitimation)

Öffentliche Kommunikationswissenschaft beginnt mit Kommunikation und endet mit Sichtbarkeit. „Sichtbarkeit entsteht entweder durch extern aner-

kannte Nützlichkeit (des Fachs) oder durch zugeschriebene Prominenz (der Person).“ (Selke, 2015, S. 183) Beides sorgt für Legitimation.

Ein grundlegendes Dilemma öffentlicher Wissenschaft liegt darin, dass Wissenschaftler:innen selbst entscheiden müssen, ob sie neben der Karriere-Zeit auch noch Engagement-Zeit aufbringen wollen (Selke, 2015, S. 182). Kommunikationswissenschaftler:innen entscheiden sich weit überwiegend dagegen, Engagement-Zeit aufzubringen. Deshalb sind alle Versuche der DGPUK, eine Datenbank mit Expert:innen anzulegen (sogenannter Expert:innenmakler) gescheitert. Aber: Nur das Sagen-Wollen führt zu Sichtbarkeit und verhindert, Nicht-sagend zu sein.

In der Ökonomie der Aufmerksamkeit wird vor allem akademische Prominenz gefördert – oder das, was aufgrund der Wirklichkeitskonstruktion der Medien dafür gehalten wird. Journalist:innen und Redaktionen orientieren sich weit mehr an bekannten Namen, wenn es darum geht, Expertise einzuholen und sie verteilen sozusagen Abonnements, indem sie die immer gleichen Expert:innen einladen und befragen. Sichtbar sind typische akademische Rollen wie etwa der einflussreiche Senior-Akademiker (fast ausschließlich männlich) oder die wenigen, die die Überwindung der medialen Unsichtbarkeit bewusst anstreben (Selke, 2015, S. 184).

Die Sichtbarkeit einzelner Wissenschaftler:innen sollte jedoch nicht verwechselt werden mit der Sichtbarkeit der Kommunikationswissenschaft, denn: Die Sichtbarkeit einzelner ist das Ergebnis von Individualismus, Egoismus, von Reputations- und von Statusstreben. Bei der Sichtbarkeit der Einzelnen ist der Name auf der Visitenkarte so fett gedruckt, dass die Institution dahinter

verblasst. Das Fach oder die Fachgesellschaft tauchen erst gar nicht auf der Visitenkarte auf.

Von einer Verknüpfung von Person und Institution hängt aber die Sichtbarkeit der Kommunikationswissenschaft ganz entscheidend ab. Sie, die Fachsichtbarkeit, beruht ganz wesentlich auf gesellschaftlicher Relevanz; sie beruht auf der Zuschreibung von Erklärpotential über gesellschaftliche Fragen und Probleme im Zusammenhang mit relevanten Themen; sie beruht auf der Problemlösungsfähigkeit. Medien, Plattformen und Öffentlichkeiten erregen keine Fragen und erzeugen keine Probleme, jedenfalls nicht in der öffentlichen Wahrnehmung.

Vielsagend und bedeutend zu sein bedeutet, von Ego auf Institution umzuschalten. Zu erkennen, dass das Fach eine Ressource ist, die egoistisch ausgenutzt werden kann, die aber ausblutet, wenn nichts hineingetan wird, wenn Kommunikationswissenschaftler:innen keine Legitimation und keine Reputation (mit-)teilen, indem sie das Fach/die Fachgesellschaft am Reputationserwerb beteiligen.

Dazu muss aber die nach innen gerichtete Umweltorientierung um genau diese Komponente erweitert werden. Solange die sozialen Praktiken der Kommunikationswissenschaft bei der selbstbezüglichen Bestätigung stehen bleiben (relevant ist, was der Karriere dient) und solange die Außenorientierung allein nach erkennbarer Nützlichkeit oder attribuierter Prominenz bewertet wird, wird der Zustand nichtssagender Bedeutungslosigkeit des Faches bestehen bleiben. Das Sagen-Wollen muss Teil der sozialen Praktiken von Kommunikationswissenschaftler:innen werden.

### 3.2 Thematische Relevanz erlangen (Relevanz)

Während Medien und Öffentlichkeit als Thema per se kaum eine Rolle spielen, werden sie in Verbindung mit gesellschaftlich relevanten Themen höchst bedeutend. Fake News im Zusammenhang mit dem Einfluss Russlands, soziale Medien im Zusammenhang mit der Meinungsmacht z. B. von Youtubern in Wahlzeiten, Lügenpresse und Rechtsextremismus bei Wahlen: In all diesen Fällen wird breit über den Einfluss und die Wirkungen von Öffentlichkeit und (sozialen) Medien debattiert. Die Debattenbeiträge allerdings kommen wieder nur in Ausnahmefällen von Kommunikationswissenschaftler:innen.

Zu lernen ist daraus, dass die Kommunikationswissenschaft dann gesellschaftlich relevant sein (oder zumindest so wahrgenommen werden kann), wenn sie sich mit gesellschaftlich relevanten Themen befasst und sich nicht (allein) auf die Themen Medien und Öffentlichkeit konzentriert. Themen sind der Kern von Kommunikation. Deren Fremdferien, die Organisation des Gedächtnisses der Kommunikation, die Bündelung von Beiträgen zu zusammengehörigen Komplexen, all das ist in Themen organisiert, nicht in Medien (Altmeppen & Evers, 2021).

Digitaler Journalismus, Fake News, Echokammern, das sind offensichtlich keine relevanten Themen für die Öffentlichkeit. Von den gesellschaftlich relevanten Themen aber ist die Kommunikationswissenschaft entfremdet. Sie hat nichts zu sagen zur Bedeutung der öffentlichen Kommunikation bei der gesellschaftlichen Konstruktion von Themen wie Brexit und EU; Rechtsstaatlichkeit; Mobilität; Migration; Klimawandel; Populismus; Grenzen des Wachstums,

um nur ein paar der derzeit umstrittenen Begriffe und Phänomene in der öffentlichen Kommunikation zu nennen.

**Fazit:** Medien, Plattformen und Öffentlichkeiten allein reichen nicht als Thema, um Bedeutung im öffentlichen Diskurs zu erlangen. Relevanz entsteht erst durch deren Kombination mit den Themen, die gesellschaftlich drängend sind. Nicht die abstrakte Antwort auf die Frage, inwieweit Medien und Plattformen demokratische Funktionen erfüllen oder einschränken, ist öffentlich interessant und relevant, sehr wohl aber die Antwort darauf, ob und wie Medien und Plattformen vor dem Hintergrund dieser Frage in der Gesundheitskrise durch den Corona Virus agieren. Diese Relevanz zu erlangen sollte ein gesellschaftspolitischer Anspruch des Faches und seiner Vertreter:innen sein. Dazu bräuchte es aber ein entsprechend entwickeltes Selbstverständnis als Gesellschaftswissenschaft, womit ich bei den Wissenschaftsauffassungen bin.

### 3.3 Die Hürden der Wissenschaftsauffassungen (Verantwortung)

Um öffentliche Bedeutung als Teil individueller wie institutioneller Vorstellungen von Kommunikationswissenschaft zu etablieren, müsste allerdings eine entsprechende Auffassung davon erkennbar sein, was diese Wissenschaft leisten soll. Mit Gerry Brewer (2013, S. 40–45) lassen sich gegenwärtig drei grundlegende Wissenschaftsauffassungen in den Sozialwissenschaften unterscheiden.

1. Erstens unter dem Label Wissenschaftsloyalität oder Wissenschaftsüberaffirmation (science-loyalism) eine starke Orientierung der Sozialwissenschaften an den Naturwissenschaften. Das bedeutet, Soziales

unter- und Wissenschaft überzubetonen. Mit einer Verschmelzung mit dem Programm der Naturwissenschaften werden identische methodische Ansätze entwickelt, mit replizierbarer Evidenz, unter Nutzung simulativer, mathematischer, statistischer und tendenziell deduktiver Verfahrensweisen und Methoden.

2. Ein solches Programm verträgt sich nicht mit gesellschaftlicher Relevanz, ebenso wenig wie die Wissenschaftsaffirmation (science-affirmation) als eine Einstellung, bei der „von einer typischen und strikten Abfolge von Beobachtung, Beschreibung, empirischer Datensammlung, Interpretation und Theoriebildung ausgegangen“ wird. Maßgeblich bei dieser Auffassung ist die Trennung von Beweis und Bewertung. „Die Idee der Wertneutralität soll verhindern, dass die wissenschaftliche Beweisführung von den eigenen Werthaltungen deformiert wird.“ (Selke, 2015, S. 187)
3. Der Vollständigkeit halber noch die dritte Auffassung: Wissenschaftsablehnung oder Wissenschaftsdistanz (science-rejectionism). Vertreter:innen der Ablehnung sehen ihre Aufgabe darin, wissenschaftliche Methoden als Serie sozialer und/oder ideologischer (postmoderner) Praktiken zu dekonstruieren. Vertreter:innen der Distanz heben hervor, dass sich ihr Untersuchungsgegenstand strukturell von denen der Naturwissenschaften unterscheidet.

Sozialwissenschaften agieren zunehmend selbstbezüglich. Was Bernard Berelson 1956 der Forschung zu öffentlicher Meinung attestiert hat, gilt zu großen Teilen heute für die Kommunikationswissenschaft. Dieses Feld „ist ein rein technisches und quantitatives geworden, atheoretisch,

aufgeteilt, spezialisiert, institutionalisiert, „modernisiert“, und „gruppenorganisiert“ – kurzum, als charakteristische Verhaltensforschung amerikanisiert.“ (Berelson, 1956, zit. nach: Mills, 1973, S. 94) Charles S. Mills selbst bezeichnet das als „geistlose Empirie“ (Mills, 1973, S. 89–117), für Adorno (1972, S. 128) ist es die „Ver-selbständigung der Methode gegenüber der Sache“. Mit einem empirisch-daten-technokratischen Trend allein, so die zwangsläufige Folgerung, wird kein Selbstverständnis und keine Relevanz als Gesellschaftswissenschaft zu erreichen sein.

Ganz im Gegenteil: In ihrer Beschäftigung mit sich selbst statt mit den Problemen der Gesellschaft verliert die Kommunikationswissenschaft ihre Gemeinwohlorientierung (Selke, 2015), oder, mit Jürgen Habermas (1969, S. 147) Edmund Husserl zitierend: Es gibt eine Krise der Wissenschaft, denn „in unserer Lebensnot hat diese Wissenschaft uns nichts zu sagen.“ Doch Normen, Sollenserwartungen (Zillich et al., 2016) wie etwa Gemeinwohl und Verantwortung, geraten in den Gesellschaftswissenschaften zunehmend in den Hintergrund. Zu diesen Sollenserwartungen gehört, dass Kommunikationswissenschaftler:innen mitreden, sich einmischen und gesellschaftlich verantwortlich handeln. Diese Kriterien verstehe ich als engagementbasierte Praktiken der Wissenschaft (Altmeppe, 2018). Für sie müssen die Wissenschaftler:innen sich individuell entscheiden, die wissenschaftliche Disziplin allerdings ebenfalls, denn sie bildet das institutionelle Pendant dazu. Als dieser Zweiklang von individueller und institutioneller Komplementarität ist das Modell gestufter Verantwortung zu verstehen.

Die Beobachtung und Analyse sozialer Praktiken der Wissenschaft helfen in erster Linie dabei zu erkennen, wie Wissenschaftler:innen das tun, was sie

tun. Die Frage, warum sie das tun was sie tun, zielt auf die Sinnfrage. Soziale Praktiken geben einen Sinn dahingehend, dass Menschen sich „auf etwas verstehen“, dass Wissenschaftler:innen sich „in diesem Sinne“ auf die professionellen Anforderungen ihres Berufes verstehen. Sie können der theoretischen Arbeit einen Sinn geben durch Zuschreibungen von Begriffen, Gesetzen und Prinzipien, sie können empirischen Befragungen einen Sinn geben hinsichtlich der Methodologie des Vorgehens.

Doch dieser Sinn liegt an der Oberfläche, er dient in erster Linie der technokratischen Legitimation wissenschaftlichen Arbeitens. Was augenscheinlich deutlich weniger verankert ist in den Handlungen von Kommunikationswissenschaftler:innen sind Praktiken gesellschaftlichen Engagements. Derartige Praktiken werden normativ getragen, sie weisen über das Beobachten hinaus, sie fordern Wissenschaftler:innen dazu auf, mitzureden in den gesellschaftlichen Debatten, sie fordern dazu auf, sich einzumischen und sie fordern dazu auf, verantwortlich gesellschaftlich zu handeln.

Derartige Praktiken der Gesellschaftswissenschaften werden – anders als die objektivierbaren wie publizieren und konferieren – nicht von allen Mitgliedern der Wissenschaft geteilt werden. Objektivitätsgebote, Wissenschaftsfreiheit sowie spezifische Wissenschaftskulturen stehen übergreifender Einigkeit im Weg. Allerdings muss ganz sicher mit der Ansicht gebrochen werden, Kommunikationswissenschaften handeln verantwortlich und gemeinwohlorientiert, weil sie forschen und lehren: Das ist Selbsttäuschung, denn: „Die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung von Wissenschaft ließ keine Wahl: „Stören wollen“. (Heitmeyer, 2012, S. 236) Die-

sem Anspruch kann nur genügen, wer den Willen hat zur Einmischung.

Derzeit ist die Kommunikationswissenschaft kein Störfaktor, sie ist auch nur bedingt aufklärungsbereit. Sie beschäftigt sich kaum mit gesellschaftlichen Problemen und setzt ihre Ressourcen nur ungenügend ein. Dort wo sie es tut, ist sie nicht auf der Höhe der Argumentation anderer Disziplinen. Wer genau hinhört bei den – wenigen – Debatten in der Kommunikationswissenschaft über aktuelle gesellschaftliche Probleme, und wer ein wenig von dem Stand der Erörterungen zu diesen Problemen in anderen Disziplinen kennt, wird die Differenzen kennen. Mit dem Begriff Integration beispielsweise haben andere Wissenschaften schon gebrochen und diskutieren, ob er weiterhin akzeptabel ist (Pries, 2015, S. 16). Dies ist ein Zustand, von dem die Kommunikationswissenschaft noch weit entfernt ist, sie proklamiert vehement dafür, eine Integrationswissenschaft zu sein (s. viele Beiträge im Band zur Jahrestagung 2016 in Leipzig; Beiler & Bigl, 2017 sowie in Karmasin, Rath, & Thomaß, 2014).

#### 4. Das Ende der Integrationswissenschaft

Integrationswissenschaft zu sein ist der einigende und prägende Charakterzug der Kommunikationswissenschaft. Dieses Selbstverständnis gehört jedoch auf den Prüfstand, denn der zugrundeliegende Integrationsbegriff ist arg unterkomplex, gemessen an den vielfältigen Handlungskonstellationen von Integration (Pries, 2015, S. 26).

Matthias Karmasin, Matthias Rath & Barbara Thomaß (2014, S. 367–368) haben für ihren Sammelband Beiträge der Fachgruppen der DGPUK zu ihren

Integrationsbegriffen und -bemühungen eingeholt. Integration wird dort im Hinblick auf alle Phänomene gesehen, die Wissenschaft auszeichnen, quantitative und qualitative Methoden, Mikro, Meso- und Makroebene, strukturelle, systemische und individuelle Paradigmen, normative (kritische) und deskriptive Zugänge, länder-, sprach- und kulturspezifische sowie internationale Perspektiven, technische, semiotische und institutionelle Medienbegriffe und Medienpraxen.

Diese Vielfalt erscheint wie der Versuch einer multiplen Integration, um nur ja keine der modernen Anforderungen an wissenschaftliche Disziplinen zu ignorieren und um sich aus der Ecke der Marginalität weg zu bewegen (Pries, 2015, S. 26). Doch die Teilhabe an der Wissenschaftsgesellschaft, die ein Kern von Integration ist, ist ein mehrseitiges Konstrukt. Allein durch die einseitige Adaption dessen, was in anderen Wissenschaften Standards sind, wird keine Integration erreicht, das zugrundeliegende Handeln erscheint allenfalls als ein Akt des Kopierens, mit anschließender Modifizierung. Es mag, wie Kurt Imhof (2014, S. 363) schreibt, ein selbstverständlicher Zustand sein, wenn „die Integrationsdisziplin Kommunikationswissenschaft selbstverständlich Theorien der Soziologie und der Politikwissenschaft (Handlungstheorie, Anomietheorie, Konzept der nicht-intendierten Folgen sozialen Handelns, Theorie sozialer Bewegungen, Konflikttheorie, Theorie der Öffentlichkeit), der Ökonomik (Erwartungsbildung und ihre Aggregatsfolgen) in ihre eigenen Theoriebestände“ eingliedert. Aber es ist eben ein einseitiger Akt, kein Prozess der Integration.

Ich plädiere daher für ein Ende der Kommunikationswissenschaft als Integrationswissenschaft, zumindest so lange damit lediglich gemeint ist, dass Theorien

und Methoden aus anderen Disziplinen adaptiert und mehr oder weniger modifiziert werden. Ich folge damit Friedrich Krotz. Er konstatiert, die Kommunikationswissenschaft „integriert keine andere Wissenschaft, auch nicht teilweise, in Deutschland im Gegensatz zum englischen Sprachraum noch nicht einmal ihre heimliche, praktisch verleugnete Schwesternwissenschaft, die in den Literaturwissenschaften und der Sprachwissenschaft wurzelnde Medienwissenschaft.“ (Krotz, 2014, S. 22)

Für eine öffentliche, sichtbare Bedeutsamkeit ist die einseitig, im Grunde begrifflich falsch etikettierte Charakterisierung als Integrationswissenschaft problematisch, freundlich gesprochen. Die fachliche Legitimation und die Bezeugung der Relevanz bleiben auf der Strecke, degenerieren die Kommunikationswissenschaft zu einer Hilfswissenschaft, wenn der Wettbewerb die Kommunikationswissenschaftler:innen dazu drängt, mit immer neuen Theorieangeboten ihre Konkurrenzfähigkeit zu beweisen, während bestehende ältere Theorieangebote, wie sie Imhof im Sinn hatte, kaum noch zur Kenntnis genommen werden und allenfalls ein Fall für das Archiv sind. Kontinuierliche Erkenntnis entsteht nicht, wenn das institutionelle Gedächtnis arg kurz ist.

Daher sollte die Zeit der Integration, des Theorie- und Methodenshoppens, vorbei sein. Mit theoretischen Eigen- und Weiterentwicklungen und thematischer Vielfalt dagegen sollte es gelingen, dass die Kommunikationswissenschaft

1. an gesellschaftlichen Problemen statt an disziplinärer Reputation arbeitet und
2. eine Gesellschaftswissenschaft wird, die
3. die gesellschaftliche Praxis ernst nimmt und die Verantwortung über-

nimmt für eine engagierte Rolle in der Gesellschaft, eine

4. Kommunikationswissenschaft also, die aus eigener Legitimation was zu sagen hat und die wahrnehmbar zu hören ist.

### Nachtrag 1: Zur Rolle von Kritik

Bei der Tagung, aus der die Beiträge dieses Sonderheftes hervorgegangen sind, wurde mehrfach die Frage gestellt, welcher Kritikbegriff der Tagung selbst wie den Beiträgen zugrunde liegt. Die entsprechende Antwort für diesen Beitrag ergibt sich hoffentlich aus dem Beitrag selbst. Als Kritik in (als solcher weist der Beitrag auf seinen Beiträger zurück) und an der Kommunikationswissenschaft liegt ihm ein emanzipatorisches Erkenntnisinteresse zugrunde. Kritik wird verstanden als handelndes Element der sozialen Praktiken von Wissenschaftler:innen, die sich in ihrem kritischen Handeln mit dessen Normen und ihrer Unterscheidung auseinandersetzen (Jaeggi & Wesche, 2009, S. 7). Normen (wie Verantwortung, oder Gemeinwohl oder Wissenschaftsfreiheit) sind soziale Praktiken, in denen sich Gemeinschaften wie die Kommunikationswissenschaft von der eigenen Realität distanzieren, um diese zu verändern (Möller, 2018, S. 15). Dieses emanzipatorische Potential lässt sich nutzen, wenn Kritik das Handeln permanent begleitet.

### 6. Nachtrag 2: Radikalisierung der Debatten

Die moderne Gesellschaft lebt seit Jahrzehnten auf dem Kuschelsofa. Die Abwesenheit von Krieg sowie steigender Wohlstand und weithin gesichert scheinende demokratische Freiheiten haben zu einem Werte- und Normenwohlfühlkonsens

und entsprechend wenig strittiger öffentlicher Debatten auf dem Sofa geführt. Die Kompromissleidenschaft der großen Koalitionen und ihre Hinterzimmerpolitiken sowie die vorrangige Lösung von Problemen durch den Einsatz finanzieller Budgets aufgrund wirtschaftlicher Prosperität haben strittige Themen verniedlicht oder unterdrückt. In diesem Prozess wurden Streitkulturen eingebettet, auch in den Wissenschaften. Seit einigen Jahren nehmen auf diesem Sofa neben den gewohnten liberalen, konservativen, linksliberalen und wertkonservativen Akteur:innen auch Personen, Gruppen und Institutionen Platz, die andere (rechtsextreme, nationalautoritäre) Werte und Normen vertreten und die eine andere Gesellschaft fordern. Sie und ihre Lautsprecher platzieren ihre blauroten Kissen auf dem Sofa, sie tragen ihre Argumente nicht im Ton des konzentrierten Miteinanders und bleierner großer Koalitionen vor, sondern fordernd, aggressiv und böse. Sie haben die roten Linien, die die alten Bewohner:innen des Sofas meinten, gezogen zu haben, längst bis zum Horizont verschoben. Die Zeit des Kuschelns ist vorbei, die öffentlichen Debatten ändern sich.

Und Schritt für Schritt werden sich auch die öffentlichen Entscheidungen ändern, wenn diese neuen Bewohner:innen des Sofas in gesellschaftliche, wirtschaftliche, politische und kulturelle Ämter kommen. Das wird das Selbstverständnis und die Auffassungen von Wissenschaft herausfordern. Eingeübte Praktiken für konflikt- statt konsensorientiertes wissenschaftliches Handeln sind bislang nicht erkennbar. Dafür müsste eine Stimme vorhanden sein, was bedeutet, eine eigene Meinung und eine nachvollziehbare und erkennbare Haltung zu haben (Selke, 2015, S. 201).

## Literatur

Adorno, T. W. (1972). Zur Logik der Sozialwissenschaften [The logic of the social sciences]. In T. W. Adorno, R. Dahrendorf, H. Pilot, H. Albert, J. Habermas, & K. R. Popper (Hrsg.), *Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie* (S. 125–143). Luchterhand.

Altmeppen, K.-D., & Evers, T. (2021). Worum geht es? Die Bedeutung von Themen für den Strukturwandel der (digitalen) Öffentlichkeiten [What is this about? Te relevance of topics for the structural change of (digital) publics]. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger, & R. Blum (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen* (S. 97–120). Springer VS.

Altmeppen, K.-D. (2018). Mitreden, einmischen, verantworten. Gedanken zu den Praktiken der Gesellschaftswissenschaften [Having a say, intervening, taking responsibility. Thoughts on the practices of the social sciences]. In A. Gemeinhardt (Hrsg.), *Die Praxis der Gesellschaftswissenschaften. 30 Jahre Schader-Stiftung* (S. 198–203). Schader-Stiftung.

Backes, U., Gräfe, S., Haase, A.-M., Kreter, M., Logvinov, M., & Segelke, S. (2019). *Rechte Hassgewalt in Sachsen. Entwicklungstrends und Radikalisierung* [Right-wing hate and violence in Saxony. Development and radicalization]. V & R unipress.

Beiler, M., & Bigl, B. (Hrsg.). (2017). *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin* [100 Years of communication studies in Germany. From a specialized subject to an integrative discipline]. UVK.

Berelson, B. (1956). The study of public opinion. In L. D. White (Hrsg.), *The state of the social sciences*. Chicago University Press.

Brewer, J. (2013). *The public value of social sciences*. Bloomsbury.

Habermas, J. (1969). *Technik und Wissenschaft als ‚Ideologie‘* [Technology and science as ‚ideology‘]. Suhrkamp.

Hasebrink, U. (2017). Wen oder was integriert die Kommunikationswissenschaft [Who or what does communication studies integrate]. In M. Beiler & B. Bigl (Hrsg.), *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin* (S. 101–120). UVK.

Heitmeyer, W. (2012). Störend einsickern. Gesellschaftliche Verantwortung von Wissenschaft. Eine bilanzierende Fallgeschichte [Disruptive seepage. Social responsibility of science. A balancing case history]. In K. Unzicker & G. Hessler (Hrsg.), *Öffentliche Sozialforschung und Verantwortung für die Praxis. Zum Verhältnis von Sozialforschung, Praxis und Öffentlichkeit* (S. 235–244). Springer Fachmedien.

Heitmeyer, W. (2018). *Autoritäre Versuchungen. Signaturen der Bedrohung 1* [Authoritarian Temptations. Signatures of Threat 1]. Suhrkamp.

Hepp, A. (2016). Kommunikations- und Mediawissenschaft in datengetriebenen Zeiten [Communication and media studies in data-driven times]. *Publizistik*, 61(4), 225–246. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0263-y>

Imhof, K. (2014). Medien und Öffentlichkeit: Krisenanalytik [Media and public sphere: Crisis analytics]. In M. Karmasin, M. Rath, & B. Thomaß (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin* (S. 341–366). Springer.

Kappes, C., Krone, J., & Nowy, L. (Hrsg.). (2017). *Medienwandel kompakt 2014–2016. Netzveröffentlichungen zu Medienökonomie, Medienpolitik & Journalismus* [Media Change Compact 2014–2016. Network publications on media economics, media policy & journalism]. Springer VS.

Karmasin, M., Rath, M., & Thomaß, B. (Hrsg.). (2014). *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin* [Communication studies as an integrative discipline]. Springer VS.

Krotz, F. (2014). Zum Stand der Kommunikationswissenschaft und ihrer Potenziale für eine Kooperation mit der Soziologie [The State of art in communication science and their potentials for a cooperation with sociology]. In M. Karmasin, M. Rath, & B. Thomaß (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin* (S. 19–40). Springer.

Lengfeld, H. (2017). „AfD-Wähler sind nicht wirtschaftlich, sondern kulturell abgehängt“ [“AfD voters are not economically disconnected, but culturally disconnected”]. *Süddeutsche Zeitung*, 22. September 2017.

Mills, C. W. (1973). *Kritik der soziologischen Denkweise* [Critique of the sociological way of thinking]. Luchterhand. (zuerst 1959, Oxford University Press).

Möller, C. (2018). *Die Möglichkeit der Normen. Über eine Praxis jenseits von Moralität und Kausalität* [The possibility of norms. On a practice beyond morality and causality]. Suhrkamp.

Münkler, H., & Bluhm, H. (2002). Einleitung: Gemeinwohl und Gemeinsinn als politisch-soziale Leitbegriffe [Introduction: Common Good and Public Spirit as Political-Social Concepts]. In H. Münkler & H. Bluhm (Hrsg.), *Gemeinwohl und Gemeinsinn. Historische Semantiken politischer Leitbegriffe* (S. 9–30). Akademie Verlag.

Jaeggi, R., & Wesche, T. (2009). *Was ist Kritik?* [What is criticism?]. Suhrkamp.

Pries, L. (2015). Teilhabe in der Migrationsgesellschaft: Zwischen Assimilation und Abschaffung des Integrationsbegriffs [Participation in the migration society: Between assimilation and abolition of the concept of integration]. *IMIS-Beiträge*, 47, 7–36.

Ritzi, C. (2014). *Die Postdemokratisierung politischer Öffentlichkeit. Kritik zeitgenössischer Demokratie. Theoretische Grundlagen und analytische Perspektiven* [The postdemocratization of political public spheres. Critique of contemporary democracy. Theoretical foundations and analytical perspectives]. Springer VS.

Rössler, P. (1997). *Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese* [Agenda-setting. Theoretical Assumptions and Empirical Evidence of a Media Effectiveness Hypothesis]. Springer VS.

Selke, S. (2015). Öffentliche Soziologie als Komplizenschaft. Vom disziplinären Bunker zum dialogischen Gesellschaftslabor [Public sociology as complicity. From disciplinary bunker to dialogical social laboratory]. *Zeitschrift für Theoretische Soziologie*, (1), 179–207.

Vowe, G., & Meißner, F. (2020). Erfolg und Misserfolg von kommunikationswissenschaftlichen DFG-Forschungsverbünden: Bilanz, Faktoren, Konsequenzen [Success and failure of DFG research collaborations in communication science: Balancing, fac-  
tors, consequences]. *Publizistik*, 65(2), 151–185.

Zick, A., Küpper, B., & Hövermann, A. (2011). *Die Abwertung der Anderen. Eine europäische Zustandsbeschreibung zu Intoleranz, Vorurteilen und Diskriminierung* [The deva-  
luation of others. A European state of intoler-  
ance, prejudice and discrimination]. Friedrich-Ebert-Stiftung.

Zilllich, A. F., Riesmeyer, C., Magin, M., Müller,  
K. F., Pfaff-Rüdiger, S., Rothenberger, L.,  
& Sehl, A. (2016). Werte und Normen als  
Sollenvorstellungen in der Kommunikati-  
onswissenschaft. Ein Operationalisierungs-  
vorschlag [Values and norms as ethical  
notions in communication studies. A propo-  
sal for operationalization]. *Publizistik*, 61(4),  
393–411.