

Vorwort

Wie jedes Projekt dieser Art hat auch dieses Handbuch eine längere Vorgeschichte: Vor bereits gut fünf Jahren sprachen die drei Herausgeber des Öfteren über die Notwendigkeit, den Forschungsgegenstand „Öffentliche Kommunikation“ in der allgemeinen (sozial-)wissenschaftlichen Debatte stärker zu konturieren. Gleichzeitig begann die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in dieser Phase eine Diskussion über ihr fachliches Selbstverständnis, die mittlerweile in einer Broschüre „Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft“ dokumentiert ist. Der Bedarf an Selbstverständigung war und ist groß, auch weil das Fach in den letzten Jahrzehnten allein im deutschsprachigen Raum erheblich gewachsen ist. Wachstum hat positive wie negative Folgen, führt auf alle Fälle zur Notwendigkeit, die Debatte über den Kern und die Peripherie, über „musts“ und „nice to have“, zu führen. An dieser Debatte haben sich die Herausgeber in unterschiedlichen Rollen, aber mit Interesse und Engagement beteiligt. Mit dem vorliegenden Handbuch soll der bislang zwischen den drei Herausgebern und zahlreichen Fachkolleginnen und Fachkollegen geführte Austausch dokumentiert und weitergeführt werden. Das nun, nach gut zwei Jahren Diskussions-, Schreib-, Überarbeitungs- und Redaktionszeit, vorliegende „Handbuch der Öffentlichen Kommunikation“ stellt insofern eine Zwischenbilanz der Debatte dar. Kerngebiete des Faches, wesentliche Theorien, Ansätze und Befunde, werden zusammenfassend und systematisch präsentiert.

Der zentrale Begriff „Öffentliche Kommunikation“ bezeichnet dabei in diesem Kontext Kommunikationsprozesse und -strukturen, die öffentlich stattfinden und häufig – aber nicht zwingend – durch Massenmedien vermittelt sind. Die bewusste Wahl dieses Begriffs signalisiert dabei nicht nur, dass zu den Gegenständen des Faches beispielsweise auch Kommunikationsprozesse gehören, die mit dem Begriff „Massenkommunikation“ nicht mehr einzufangen sind, so z.B. viele Bereiche interner und externer Kommunikation von Unternehmen und anderen Organisationen. Der Begriff soll vor allem ausdrücken, dass es wirklich *Kommunikationsprozesse* sind, die im Kern unseres Faches stehen, und nicht die Beschaffenheit von Medien. Medien – verstanden in ihrer materiellen Dimension (Luft, Licht, etc.), verstanden als semiotisches (Sprache, Schrift, Bild) und technisches Phänomen (Kamera, Fernsehgerät, Handy), vor allem aber unter organisatorischer Perspektive (die Zeitung X, das Fernsehen, das Internet) innerhalb von Gesellschaften betrachtet – sind maßgeblicher Teil und Akteur öffentlicher Kommunikationsprozesse und -strukturen. Das Fach ist aber nicht auf die Betrachtung von Medien allein fokussier- oder gar reduzierbar.

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft ist, auch bei den Einführungswerken, eine „späte“ Disziplin. Seit vielen Jahren liegen für Nachbardisziplinen wie Soziologie und Politikwissenschaft diverse Hand- und Lehrbücher, Einführungsreihen und eine größere Zahl von Lexika vor. Unterschiedliche Herausgeber- und Autorenteam in diesen Fächern versuchen, ihre jeweilige Sicht des Faches zu vermitteln, also konkurrierende Erklärungs- und Deutungsangebote zu bieten. Die

Kommunikations- und Medienwissenschaft hat noch keine vergleichbare Vielfalt entwickelt, ihr mangelt es noch an einer hinreichenden Diskurs- und Streitkultur. Die Herausgeber waren daher – dies war ein *erstes Ziel* des vorliegenden Bandes – bestrebt, nicht allein ihr eigenes Bild vom Fach durchzusetzen, sondern *unterschiedliche Sichtweisen* und Interessen zu ermöglichen. Das allerdings erfolgt auf Basis eines spezifischen Verständnisses dessen, was unserer Auffassung nach öffentliche Kommunikation ausmacht und wozu vorrangig gelehrt und geforscht werden sollte. Das Bekenntnis zur sozialwissenschaftlichen Tradition des Faches, in einem breiten und historisch fundierten Verständnis, wird hier dokumentiert. Der *sozialwissenschaftliche Kern* des Faches ist die Grundlage für den nun stärker sichtbar werdenden Erfolg – in Forschung, Lehre wie in Anwendung, Entwicklung und Beratung. Diesen Kern zu profilieren, zu pflegen und weiter zu entwickeln ist ein *zweites Anliegen* des Handbuchs. Dabei versteht sich von selbst, dass Autorinnen und Autoren auch aus anderen Disziplinen, die sich mit Facetten der öffentlichen Kommunikation befassen, an dieser Debatte Anteil haben sollen und müssen.

Das „Handbuch der Öffentlichen Kommunikation“ soll *drittens* einen Beitrag leisten, die *Lehrbuchkultur* in unserem Fach nachhaltig zu verbessern. Zwar wurden gerade in den letzten Jahren vermehrt Bücher vorgelegt, die in das Fach einführen, doch mangelt es aus unserer Sicht immer noch an Publikationen für Lehrende und Studierende gleichermaßen, die das gesamte Gebiet umfassen und systematisch sowie reflexiv angelegt sind. Zweifellos finden sich in vielen Einführungspublikationen Kapitel oder Abhandlungen zur Fachgeschichte, über die Teilgebiete oder zu zentralen Theorien und Methoden, doch ist zumeist eine Fokussierung bezogen auf das jeweilige Vermittlungsziel auszumachen.

Mit dem Handbuch wird *viertens* eine allgemeine *Orientierung* angestrebt, d.h. es wird über das Fach selbst, seine Teilgebiete, seine Theorien, seine Methoden und wesentliche Kernergebnisse informiert und reflektiert. Das kommunikations- und medienwissenschaftliche Wissen ist aber zu umfangreich, um das in hinreichender Breite wie Tiefe in einem einzigen Handbuch zu leisten. Deshalb haben sich Herausgeber und Verlag von Beginn an für ein umfassenderes Publikationskonzept entschieden: Ergänzend zum „Handbuch der Öffentlichen Kommunikation“, das – wie unten erläutert – auf einer Prozess- und einer Fachlogik aufbaut, erscheint das „Lexikon der Kommunikationswissenschaft“, das schwerpunktmäßig gegenstandsbezogene Stichworte enthält. Während das Handbuch einen kompakten systematischen Überblick über das Fach bietet und zur Reflexion einlädt, ist das Lexikon als Nachschlagewerk für das gesamte Lehr- und Forschungsgebiet der Kommunikations- und Medienwissenschaft konzipiert. Es wird ca. 870 Stichwortbeiträge enthalten und in systematischer Form wesentliche Forschungserkenntnisse präsentieren. Die Beiträge in Lexikon und Handbuch nehmen dabei Bezug aufeinander. Ergänzt werden Handbuch und Lexikon durch die von den Herausgebern betreute Reihe „Studienbücher zur Kommunikationswissenschaft“. Mit den Studienbüchern soll ein Beitrag zur stärkeren Systematisierung und Standardisierung des Wissens in der noch jungen Disziplin Kommunikations- und Medienwissenschaft, und zwar bezogen auf die unterschiedlichen Teildisziplinen, geleistet werden. Von der Vernetzung der genannten Publikationsformen erhoffen sich die Herausgeber einen nachhaltigen Einfluss sowohl auf die Entwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaft als auch einen Beitrag zur Außendarstellung des Faches im deutschen Sprachraum.

Das vorliegende „Handbuch der Öffentlichen Kommunikation“ ist wie folgt aufgebaut: Im ersten Teil werden die zentralen *Forschungsfelder* des Prozesses öffentlicher Kommunikation behandelt, also institutionelle Rahmenbedingungen, Kommunikatorforschung (Journalistik und Public Relations), Forschung zu Medieninhalten, Nutzungs- und Wirkungsforschung. Die hierbei benutzte *Prozesslogik* basiert auf der allgemeinen Struktur des (öffentlichen) Kommunikationsprozesses, wie sie international gebräuchlich ist.

Der zweite Teil behandelt kommunikationswissenschaftliche *Teildisziplinen* und der dritte Teil *Forschungsgebiete und Forschungsgegenstände*, die in der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute wichtig sind. Diese beiden Teile beruhen auf einer *Fachsystematik*, mit der sich heute – empirisch gesehen – Forschung und Lehre darstellen. Die Teildisziplinen Kommunikations- und Mediengeschichte, Kommunikations-, Medien- und Öffentlichkeitstheorien, Kommunikationspolitik, Methoden der Kommunikationsforschung und Medienstrukturen sind dabei eher klassisch zu nennende Lehr- und Forschungsbereiche, die sich historisch herausgebildet haben und heute in vielen Instituten und Studiengängen durch Professuren abgedeckt werden. Bei den Teildisziplinen Medienpsychologie, Medienpädagogik, Medienökonomie, Medienrecht und Medieninformatik zeigen sich gemeinsame Interessen mit den entsprechenden anderen Fächern; die transdisziplinäre Ausrichtung des Faches wird hier besonders deutlich. Diese Teildisziplinen sind durch Professuren, Fachgruppen innerhalb der DGPK, sogar eigene wissenschaftliche Gesellschaften oder Zeitschriften vergleichsweise weit institutionalisiert.

Bei den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungsgebieten und Gegenständen handelt es sich um noch nicht so stark institutionalisierte Gebiete, als dass man ohne weiteres von Teildisziplinen sprechen könnte: politische Kommunikation, Online-Kommunikation, Medienmanagement und Gender-Studies. Vertreter einer eher philologisch oder geisteswissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft und kulturwissenschaftlich ausgerichtete Autoren benutzen u.a. den Begriff der *Medienkultur*, um medial vermittelte Produktions- und Rezeptionsprozesse, vor allem aber Medieninhalte im Kontext kultureller Muster zu beschreiben und zu analysieren. Dem angelsächsischen „Cultural Studies Approach“ entsprechen hierzulande kulturorientierte Medienanalysen mit ethnografischem oder semiotischem Charakter. Grundsätzlich sind in dieser Richtung auch Überlegungen zu finden, Medien und Medienentwicklung in einer anthropologischen Dimension zu interpretieren. Auch hier sind trans- und interdisziplinäre Anschlussmöglichkeiten gegeben.

Zweifellos sind weitere Beiträge im Rahmen eines Handbuches denkbar, so z.B. zu Forschungsgebieten wie Unterhaltungskommunikation oder zur Entwicklung des Faches. Über eine größere Zahl an Beiträgen wurde wiederholt und anhaltend diskutiert, und nicht immer waren sich Autoren und Herausgeber einig über die Gewichtung oder die Zuordnung eines Beitrages. Gleichwohl blieb es das Ziel, die jeweiligen Forschungsgebiete systematisch und zusammenhängend darzustellen und insofern das vorliegende Werk als Ausgangspunkt für die Fortsetzung des begonnenen fachinternen Diskurses zu nutzen. Die ergänzte, bearbeitete und erweiterte Neuauflage ist also Programmatik. Das vorliegende Buch soll allen Fachkolleginnen und Fachkollegen die Teilhabe an der Diskussion ermöglichen, und so fordern wir auch dazu auf, das Gespräch mit uns zu suchen.

Ein solches Handbuch-Projekt kann nur dann erfolgreich sein, wenn eine Reihe unterschiedlicher Akteure mit- und zusammenspielen: Neben den Herausgebern vor

allem die Autoren, der Redakteur und der Verlag. Wir danken den Autorinnen und Autoren – vielfach hervorragende Spezialisten in ihrem Gebiet – für ihre Mitwirkung, für ihre Bereitschaft zur Bearbeitung der Artikel, und denjenigen, die sich an die ersten Zeitvorgaben gehalten haben, für ihre Geduld. Ein besonderer Dank geht an Dr. Joachim Pöhls, der nicht nur umsichtig und kompetent redigierte sowie technische Arbeiten koordinierte, sondern auch inhaltliche Betreuungs- und Konzeptaufgaben übernahm und damit einen wesentlichen Anteil am Gelingen des Bandes hat. Dem Verlag – hier insbesondere Frau Emig-Roller – sei für ein immer zuverlässiges und kooperatives Agieren gedankt.

Wir laden Leserinnen und Leser – dies ist eine Wiederholung und kein leeres Wort – zur Kritik und zu Reaktionen ein; die Herausgeber wissen selbst sehr gut, dass es nicht nur manche Lücke zu füllen gibt, sondern dass nichts so gut ist, als dass es nicht noch verbessert werden kann.

Günter Bentele, Hans-Bernd Brosius, Otfried Jarren
Leipzig, München, Zürich im Oktober 2002

E-Mail-Anschriften:
bentele@rz.uni-leipzig.de
brosius@ifkw.uni-muenchen.de
jarren@ipmz.unizh.ch