

Kurt Lüscher und Michael Wehrspaun

Medienökologie: Der Anteil der Medien an unserer Gestaltung der Lebenswelten

Media ecology: The relevance of the media in our constitution of „life-worlds“ (Lebenswelten).

Medienökologie wird als Konzept für einen sozialwissenschaftlichen Ansatz aktueller Kommunikationsforschung entfaltet. Den Ausgangspunkt bilden Definitionen der vier Grundbegriffe: Erfahrung, Kommunikation, Medien und Lebenswelt. Anschließend wenden wir uns drei Forschungsbereichen zu, für die wir Beispiele bereits bearbeiteter oder vordringlich anstehender Forschungsthemen unterbreiten: die Analyse von Medieneffekten, die Rekonstruktion der Mediengeschichte sowie die Begründung von Mediennormen. Zusammenfassend begründen wir die These, daß diese drei Bereiche eng miteinander verflochten sind und somit in der Analyse dieser Interdependenzen die theoretische und praktische Relevanz einer medienökologischen Perspektive liegt.

We propose the concept „media ecology“ as reference for an emerging approach to communication research. Point of departures are operational definitions for experience, communication, media and „life-world“ (Lebenswelt). We then circumscribe three major topics of research, illustrated by examples: the analysis of media effects, the reconstruction of the history of media and the foundation of norms (laws, ethical principles) relevant for media communication. We propose that the systematic study and analysis of these three topics and their interrelations in the constitution of life-worlds define the theoretical and practical relevance of media ecology.

1. Was heißt Medienökologie?

In den letzten Jahren ist in der Öffentlichkeit ebenso wie in wissenschaftlichen Publikationen verschiedentlich der Begriff der Medienökologie verwendet worden, um auf die weitreichenden Veränderungen der Medienlandschaft hinzuweisen (z.B. Eurich 1984; Hachmeister 1982; Mayer 1985). Ein vermehrter, bisweilen modisch wirkender Umgang mit dem Wort Ökologie ist ferner bereits seit einiger Zeit in anderen Bereichen der Sozialwissenschaften zu beobachten, so beispielsweise in der Sozialisationsforschung und in der Familiensoziologie.

Selten wird in den Texten näher auf die Geschichte des Konzeptes eingegangen. Zumeist ist das Interesse an den räumlichen Dimensionen des Verhaltens der Ausgangspunkt oder ein gesellschaftspolitisches Vorverständnis, das Ökologie mit „natürlicher“ Umwelt gleichsetzt und das Verhältnis des Menschen zu ihr problematisiert. Oft wird angedeutet, was einzelne Autoren, beispielsweise Bronfenbrenner in seiner „Ökologie menschlicher Entwicklung“ (1981), ausführlich umschrieben haben, nämlich daß es darum geht, eine systemische (ganzheitliche) Betrachtungsweise auf das Verhältnis von Mensch und Umwelt anzuwenden, also eine solche, die das Denken in kausalen Abhängigkeiten relativiert, womöglich sogar überwindet, zwischen verschiedenen Ebenen von Umwelt unterscheidet und deren gegenseitiges Verhältnis in Betracht zieht.

Wir fühlen uns diesen Ideen durchaus verpflichtet, sind aber gleichzeitig der Mei-

nung, daß die Fruchtbarkeit des Begriffes Ökologie in den Sozialwissenschaften davon abhängt, ob es gelingt, dafür eine eigenständige Perspektive der Analyse und folglich der Forschung zu begründen. Wichtig sind dabei Konzepte, die sich auf Phänomene der „Verknüpfung“ von Mensch und Umwelt beziehen. Das ist beim Begriff der Kommunikation offensichtlich der Fall, und angesichts der neuesten Entwicklungen fehlt es nicht an konkreten Anstößen, sich mit Kommunikationsmedien zu befassen und die Frage zu stellen, welchen Anteil sie an unserer Gestaltung der Lebenswelten haben: Inwiefern erweitern sie unsere Möglichkeiten, inwiefern engen sie uns ein? Worin besteht das Neue der jüngsten Entwicklungen?

Angesichts der Hektik, die in der gegenwärtigen medienpolitischen Situation herrscht, halten wir Bemühungen um konzeptuelle Klärungen für dringend notwendig, vorab solche, die sich eignen, aktuelle Ergebnisse der Forschung in eine Darstellung der Mediengeschichte zu integrieren und die daraus folgenden Einsichten für die Klärung der anstehenden medienpolitischen Aufgaben zu nutzen. Ein derartiges Anliegen signalisiert für uns das Konzept der Medienökologie.

Von der Geschichte des Begriffes „Ökologie“ und seiner bisherigen Rezeption in den Sozialwissenschaften, wie wir sie kürzlich an anderer Stelle skizziert haben (Lüscher, Fisch u. Pape 1985), lassen sich wichtige Querverbindungen zur Sozialisationsforschung und zur Wissenssoziologie herstellen. Überdies zeichnet sich die Beschäftigung mit modernen Kommunikationsmedien als eine wichtige Herausforderung an die allgemeine Soziologie ab. Unsere eigene Auffassung über die dabei anfallenden Aufgaben sozialwissenschaftlicher Analyse und Theoriebildung möchten wir mit dem Ausdruck „pragmatische Rekonstruktion“ umschreiben (vgl. Lüscher 1985; Wehrspau 1985; Lüscher u. Wehrspau 1985).

Grundlegend für unseren Ansatz ist ein neues Verständnis der Bedeutung von Kommunikation für die Gestaltung der Beziehungen von Mensch und Umwelt. Die traditionelle, an der europäischen Philosophiegeschichte orientierte Sichtweise sieht bekanntlich, knapp ausgedrückt, den Lebensraum als ein Ensemble von objektiven Gegebenheiten, welche als Bedingungen der Befähigung zum Handeln in die menschlichen Orientierungen eingehen: Kommunikation wird in der Regel als eine Verständigung zwischen Subjekten konzeptualisiert, denen eine mehr oder weniger große „Freiheit“ hinsichtlich ihrer Abhängigkeit von den Bedingungen des Handelns zugestanden wird. – Dem steht eine Orientierung gegenüber, die in den Sozialwissenschaften durch die Wissenssoziologie vertreten wird und in der erneuerten Evolutionstheorie neuestens erheblichen Einfluß gewinnt, wonach der Lebensraum, einschließlich der Sozialwelt, als das Ergebnis der Wechselwirkungen zwischen dem menschlichen Handeln und dessen Bedingungen sowie Folgen gesehen wird. Die Lebenswelt wird zur teilweisen Konstruktion. – Dementsprechend wird Kommunikation als kreativer Prozeß verstanden, der nicht nur der Verständigung über vorgegebene Sachverhalte dient, sondern Realität schafft bzw. gestaltet, also Wirkung bei der Konstitution von Realitäten zeitigt¹.

Medienökologie bezieht sich somit auf die Rolle der Kommunikationsmedien beim Aufbau und der Entwicklung der Lebenswelten. Empirisch erfordert dies systematische Kenntnisse darüber, wie Medien sich in konkreten Lebenszusammenhängen auswirken. Wir formulieren darum als Definition: *Medienökologie bezeichnet die*

analytische Rekonstruktion von Medienwirkungen und der sich daraus ergebenden gesellschaftspolitischen Aufgaben. – Von Medienwirkungen soll gesprochen werden, wenn ein nachweisbarer Anteil von Kommunikation durch und über Medien an der Konstitution des menschlichen Zusammenlebens gemeint ist.

Auf dieser Basis stellen wir in diesem Aufsatz Vorschläge für einen generellen Orientierungsrahmen zur Diskussion, der es ermöglicht, eine systematische Übersicht zu gewinnen und dabei die relevanten Befunde der Forschung aufeinander zu beziehen. Darüberhinaus hoffen wir, daß sich Anregungen für die weitere Forschung gewinnen lassen. Die dabei notwendigen *Grundbegriffe* definieren wir als *Konzepte, über die in der wissenschaftlichen Arbeit gleichzeitig ein Bezug zu lebensweltlichen Erfahrungen der Menschen und zu den Absichten der jeweiligen Analyse hergestellt wird*².

2. Erfahrung als Ausgangspunkt

In mehr als einer Hinsicht ist Erfahrung ein medienökologischer Grundbegriff. So werden oft spezifische Wirkungen der Medien auf die durch sie vermittelte Art von Erfahrungen zurückgeführt. Gleichzeitig gehört der Begriff der Alltagssprache an. Hier meint er mehr als die im modernen Empirismus vollzogene Reduktion von Erfahrung auf intersubjektiv „zwingend“ nachvollziehbare Sinneseindrücke. Unter Erfahrung kann man nämlich auch den Niederschlag von Lernprozessen in den Handlungskompetenzen des Subjekts verstehen. Erfahrungen in diesem Sinn entstehen, wenn Menschen ein Verhalten oder ein Handeln so in einen Kontext einordnen, daß sie daraus Einsichten über dessen Konsequenzen (Folgen, Wirkungen) gewinnen. Erfahrungen stellen somit eine Art von Wissen dar. In der Zeit-Dimension bilden Erfahrungen das Gegenstück zu Erwartungen; beides sind konstitutive Elemente im Ablauf einer Handlung.

Wenn wir Erfahrungen als eine Art von Wissen betrachten, können wir – was gerade die Beschäftigung mit Medienkommunikation nahelegt – analytisch zwei Haupttypen von Erfahrungen unterscheiden, konkrete und abstrakte³.

Von *konkreten Erfahrungen* wollen wir sprechen, wenn die Konsequenzen eines Verhaltens sinnlich und somit persönlich wahrnehmbar sind. Dabei ist es dem Handelnden möglich, den Zusammenhang zwischen Verhalten, Kontext und Konsequenzen zu beeinflussen; analog besteht in diesem Fall eine überschaubare Verbindung zwischen Erwartungen und Erfahrungen.

Die Kennzeichnung *abstrakte Erfahrungen* wollen wir verwenden, wenn der Zusammenhang zwischen Verhalten bzw. Handeln und Konsequenzen in einem Kontext dargestellt wird, der nicht mit der Situation identisch ist, in der sich der Handelnde befindet. – Abstrakte Erfahrungen werden in mündlichen und schriftlichen Berichten sowie in bildlichen Darstellungen übermittelt. Eine Sonderform stellen die musikalischen Darbietungen dar. Abstrakte Erfahrungen können somit durchaus anschaulich umschrieben werden; kennzeichnend ist indessen, daß es, zumindest potentiell, um Sachverhalte geht, die auf einer anderen „Ebene“ liegen und dementsprechend auf verschiedene Situationen übertragbar und grundsätzlich verall-

gemeinerbar sind. Abstrakte Erfahrungen können in Schilderungen und Geschichten übermittelt werden oder im Bezug auf allgemeine Grundsätze des Handelns (Brauch, Sitte, Normen, Werte); dementsprechend kann zusätzlich eine Unterscheidung zwischen *narrativen* und *institutionalen* Erfahrungen getroffen werden, was beispielsweise für Inhaltsanalysen von Belang sein dürfte. Zusammengefaßt ergibt sich folgende Definition: *Erfahrungen sind Wissensformen, mit denen Verhalten und Handeln so in einen Kontext eingeordnet werden, daß daraus Folgerungen über Konsequenzen gezogen werden, die ihrerseits für künftiges Handeln von Belang sind.* – *Je nach Kontext kann zwischen konkreten und abstrakten und innerhalb dieser zwischen narrativen und institutionalen Erfahrungen unterschieden werden.*

Diese begriffliche Grundlegung ermöglicht uns mit relativ einfachen Mitteln einen ersten Zugang zur Komplexität moderner Massenkommunikation. „Fernsehen“ beispielsweise umfaßt konkrete Erfahrungen des Umgangs mit dem Gerät sowie die Wahrnehmung von Bild und Ton, ferner die Kenntnisnahme der in den Informationen übermittelten abstrakten Erfahrungen, wobei u. a. das Verhältnis zwischen den narrativen und institutionalen Elementen die einzelne Sendung charakterisiert. Bewußtes, d. h. reflektiertes Fernsehen erfordert ein Verständnis der verschiedenen Arten von Erfahrungen und ihrer Verflechtungen.

Diese Zusammenhänge finden in der jüngsten Forschung zusehends Beachtung. Akustische Signale beim Fernsehen wecken beispielsweise Erwartungen hinsichtlich eines bestimmten Inhaltes; werden sie nicht erfüllt, wenden sich Kinder ab (NIMH 1982: 22). Allerdings ist auch eine Art „Beharrungsvermögen“ („attentional inertia“) beobachtet worden, das von der Dauer der bereits erfolgten Zuwendung abhängt (NIMH 1982: 21). – Sturm (1984) hat – in einer Überprüfung von Ergebnissen Piagets – die Verstehensleistungen untersucht, die Kinder in einer bestimmten Entwicklungsstufe sowie Erwachsene in bezug auf Fernsehdarbietungen aufbringen. Es zeigt sich, daß das Verstehen, also die Fähigkeit, adäquate Erfahrungen zu machen, von der bereits vorhandenen kognitiven Struktur der Zuschauer bestimmt wird⁴. Ist diese Struktur zur Verarbeitung von Multiperspektivität noch nicht hinreichend ausgereift, vermögen die Zuschauer abstrakte Erfahrungen nicht kongruent mit den von den Produzenten gemeinten Informationen wahrzunehmen. Die Reaktionen der Zuschauer sind somit nicht ohne weiteres voraussehbar und können nebst Verständnis vereinzelte oder systematische Mißverständnisse, Einseitigkeit oder überhaupt Unverständnis umfassen, mit entsprechenden Konsequenzen für das Handeln der Zuschauer, ohne daß dabei in der Situation selbst eine Korrektur erfolgen kann. Grundsätzlich dasselbe gilt für alle Arten von Medienkommunikation.

Folglich ist von Interesse, inwiefern bestimmte abstrakte Erfahrungen zu ihrer Rezeption spezifische Kontexte und spezifische konkrete Kenntnisse, Fähigkeiten und damit wiederum zusammenhängende konkrete Erfahrungen erfordern. Diese Thematik kennzeichnet eine Schlüsselstelle zur Analyse von Medienwirkungen. Bestehen Präferenzen für bestimmte, inhaltlich umschriebene Typen von Erfahrungen in bestimmten Medien? Bedingen diese wiederum bestimmte Typen von Kontexten bzw. Situationen der Rezeption? Derartige Fragen verweisen auf die Notwendigkeit eines bis jetzt unseres Erachtens viel zu wenig gepflegten Vergleiches zwischen den verschiedenen Arten der Medienkommunikation: Worin liegen die medien-

spezifischen Transformationen gleicher Inhalte? Wie verknüpfen Kinder und Erwachsene die Erfahrungen, die sie im Umgang mit verschiedenen Medien machen?

3. Inwiefern ermöglichen Medien Kommunikation?

Bis zu diesem Punkt haben wir unterstellt, *Kommunikation* sei gleichbedeutend mit der Übermittlung von Information. Doch die Dinge sind wesentlich komplizierter, wie Mertens (1977) Diskussion von 160 Definitionen belegt. – Für soziologische Analysen ist es angebracht, Kommunikation zunächst als ein Verhalten anzusehen, wobei grundsätzlich jedes Verhalten kommunikative Bedeutung erlangen kann. Die entscheidende Frage ist, unter welchen Umständen dies geschieht. Wir können uns einer Antwort annähern, indem wir uns vergegenwärtigen, daß wir jetzt, da wir festlegen, was Kommunikation sein soll, über Kommunikation nachdenken, was bedeutet, daß wir einen übergeordneten Standpunkt einnehmen, von dem aus unser Verhalten als Kommunikation erkennbar wird. Diesen Umstand sollten wir bei der Begriffsbestimmung berücksichtigen. Es gilt zu klären, wie ein Verhalten mittels einer übergeordneten Perspektive als Kommunikation erfahren wird. Dabei lassen sich mindestens drei Fälle unterscheiden.

- a) Ein bestimmtes Verhalten des Handelnden A im Rahmen einer Interaktion zwischen A und B wird von einer „außenstehenden“ Person C beobachtet und mit Bedeutungen versehen. Diese Konstellation ist in vielen Analysen insofern der Normalfall, als der Analytiker selber sich als „neutralen“ Beobachter versteht. Zu klären ist dann, wie die Bedeutungen lauten, die A und B miteinander austauschen, und welches ihr Verhältnis zu den von C dafür angenommenen Bedeutungen ist.
- b) B faßt ein Verhalten von A als Kommunikation auf. B ist dabei sowohl Partner als auch Beobachter, und dies erfordert von ihm eine gewisse Distanz zur Situation. Dies kann zu einem erheblichen Maß an Kontingenz führen.
- c) Der Handelnde A kann Beobachter seiner selbst sein, indem er am Interpretationsprozeß seines eigenen Verhaltens teilnimmt und es auch für sich selbst als Kommunikation betrachtet.

Der zuletzt genannte Sachverhalt war für G.H. Mead bekanntlich der Mechanismus, der aus der „natürlichen“ Geste das „signifikante Symbol“ als Geste entstehen ließ, die der Handelnde auf gleiche Weise versteht wie sein Gegenüber. Dabei erweist sich die Kommunikation untrennbar mit Reflexion verknüpft, wobei sich durch die Kontingenzen der Situationen und der damit gegebenen Notwendigkeiten ihrer Bewältigung die „höheren“ geistigen Leistungen des Menschen entwickeln. Mead äußerte diesen Gedanken noch spekulativ; Konzeptionen in den Naturwissenschaften gehen heute ebenfalls in diese Richtung⁵.

Diese Überlegungen legen folgende Definition nahe: *Kommunikation ist ein Verhalten bzw. eine Verhaltensänderung, mittels derer ein Organismus (oder mehrere Organismen) das Verhalten eines oder mehrerer Organismen erkennbar beeinflusst. – Die primäre Beeinflussung besteht in der Wahrnehmung des Verhaltens und in der*

anschließenden Deutung ihres kommunikativen Gehaltes, woraus sich weitere Handlungskonsequenzen ergeben können.

Diese Definition scheint uns geeignet, eine Basis der Verständigung zur Analyse der Kommunikation nichtmenschlicher Lebewesen ebenso wie der Kommunikation der Menschen zu bilden und uns der Frage anzunähern, worin das Spezifische von Kommunikation durch und über Medien liegt. Dazu ist es nötig, die Eigenheiten der menschlichen Kommunikation zu bedenken und den Begriff des Mediums zu klären⁶.

Obwohl Berichte über eine Sprache der Bienen und eine solche der Delphine sowie über redende Affe vorliegen und auch der Begriff der Computersprache verwendet wird, stehen wir nach wie vor auf sicherem Grund, wenn wir annehmen, daß die menschliche Sprache evolutionsgeschichtlich eine besondere Stufe darstellt, also Eigenschaften aufweist, die anderen Formen von Kommunikation nicht eigen sind (vgl. z.B. Hildebrand-Nilshon 1980). Die Quintessenz liegt in der engen Bindung von Sprache und einem Denkvermögen, das sich selbst zum Gegenstand von Überlegungen machen kann.

Es ist also möglich, mittels der Sprache über Kommunikation zu kommunizieren,⁷ mithin kognitive Vorgänge von ihren Kontexten auf mannigfache Weise zu lösen und wiederum neu zueinander in Beziehung zu setzen. Zwar läßt sich die Gebundenheit von Kommunikation an einen Kontext nicht prinzipiell aufheben, aber doch in concreto überwinden oder relativieren, auch manipulieren. Bedeutungen können von einem kommunikativen Geschehen auf ein anderes übertragen werden und dabei, je nach Bedarf, ein neuer Kontext geschaffen werden, der beide vorausgehenden enthält und der sogar ausgeweitet werden kann, um schließlich eine Vielzahl von Kontexten zu umfassen. So kommt es zur Differenzierung menschlichen Handelns, zu einem Zeitbewußtsein und der damit verbundenen Möglichkeit der Zuschreibung von Identität sowohl für Sachen wie für Menschen. Auf diese Weise ergeben sich aus den Entwicklungen menschlicher Kommunikation jene spezifisch menschlichen Formen von Soziabilität, die wir mit Attributen wie pluralistisch, antinomistisch, vergangenheits- und zukunftsorientiert usw. kennzeichnen; eine abschließende Aufzählung ist nicht möglich, weil immer wieder neue Einsichten über die soziale Natur des Menschen zur Diskussion gestellt werden, was wiederum eine besondere Qualität der Reflexion darstellt.

Genau so, wie der Mensch im Laufe der Kulturgeschichte gelernt hat, Verhaltensweisen zu entwickeln, die ihrerseits ein bestimmtes Verhalten erleichtern, verändern, kopieren oder in gewisser Weise sogar veranlassen, indem der Mensch nämlich sich Werkzeuge, später Maschinen geschaffen hat, genauso vermochte der Mensch seine kommunikativen Fertigkeiten auszuweiten, indem er sich Kommunikationstechnologien schuf, auf denen die besonderen Möglichkeiten medialer Kommunikation beruhen.

Die Charakteristika eines *Mediums* lassen sich mit der Technologie soziologisch nicht ausreichend bestimmen. Ein und dasselbe Druckverfahren kann beispielsweise für Bücher und für Zeitschriften verwendet werden; Filme werden im Kino und im Fernsehen gezeigt. Moderne Medien kombinieren oft mehrere Technologien

miteinander. – Ebensowenig wird ein Medium durch die übermittelten Inhalte gekennzeichnet, vielmehr besteht hier eine nur in Randbereichen eingegrenzte „Neutralität“.

Von erheblicher Bedeutung sind in soziologischer Sicht hingegen die Bedingungen, unter denen die Informationen aufgearbeitet, gespeichert, transportiert sowie schließlich genutzt werden. Bei dieser Gelegenheit werden nämlich *soziale Kontexte* geschaffen. Ihre Grundlage sind konkrete Handlungen und dementsprechend konkrete Erfahrungen, die für die Prozesse der Produktion, der Übermittlung und der Rezeption der von den Medien transportierten abstrakten Erfahrungen notwendig sind. In der alltäglichen Nutzung werden diese Kontexte als selbstverständlich angenommen und oft übersehen. Doch ihre Bedeutung tritt zutage, wenn Unvorhergesehenes passiert, also wenn beispielsweise ein Fußballspiel in einen Krawall ausartet und Entscheidungen über einen Abbruch der Übertragung notwendig werden. In vielen Reportagen wird durch die Anwesenheit von Mitarbeitern der Medien die Situation beeinflusst, und zu erheblichen Veränderungen kann es durch die regelmäßige Präsenz der Medien kommen, wie einzelne Entwicklungen im Bereich des Sportes und der Politik illustrieren.⁸ An dieser Stelle können wir definieren: *Kommunikationstechnologien sind Geräte, Einrichtungen und Organisationen, die für menschliche Kommunikation benutzt werden. Kommunikationsmedien sind soziale Kontexte, die durch die Art der Organisation und der Nutzung von Kommunikationstechnologien geschaffen werden.*

Wir schlagen somit für den Begriff des Mediums eine Umschreibung vor, in der die Bindung an Geräte und Technologien in Rechnung gestellt wird, zugleich aber die kommunikativen und damit die sozialen Funktionen eingeschlossen sind. – Dadurch können allerdings Abweichungen zur Umgangssprache auftreten, worin oft das Gerät oder die Technologie für das Ganze steht. Vielleicht liegt hier eine sprachliche Wurzel der weitverbreiteten Ansicht, die Medien seien sozial „neutral“?

Unsere Überlegungen legen im Unterschied dazu nahe, davon auszugehen, daß Medien stets das menschliche Zusammenleben beeinflussen, also „Wirkungen“ zeitigen, wobei grundsätzlich zwei Kategorien unterschieden werden können:

- a) Beeinflussungen *durch* die Kontexte der Produktion, der Übermittlung und der Rezeption, also als Folge der im Umgang mit den Medien sich herausbildenden *konkreten* Erfahrungen.
- b) Beeinflussungen *über* Inhalte, die verbreitet werden, also über die vermittelten *abstrakten* (also narrativen und institutionalen) Erfahrungen.

Das *Wirkungspotential eines Mediums* – das in wertenden Ausdrücken gesprochen seinen „Nutzen“ und seinen „Schaden“ umfaßt – besteht teils aus der Qualität der geschaffenen Kontexte, teils aus ihrer Quantität und teils aus der Kombination von „Kontexten“ und „Inhalten“, d.h. konkreten und abstrakten Erfahrungen und den sich daraus ergebenden Handlungen.

Unter sozialen Kontexten verstehen wir Lebenswelten von Menschen, also Situationen, Gruppen, Organisationen sowie Zusammenhänge zwischen diesen. Die Ein-

heit einer Lebenswelt, mithin ihre Realität, konstituiert sich in den Handlungen der Menschen sowie in den durch diese Handlung zustande kommenden oder erwerb-
baren Werken und Leistungen.⁹ Lebenswelten beruhen somit auf Synchronisation,
Koordination und auf einer Dauer, die über die aktuelle Situation hinausreicht und
sie zu anderen Situationen in Beziehungen setzt. Lebenswelten sind also – defini-
torisch – *relativ dauerhafte Kontexte, in denen Menschen Erfahrungen in Handlun-
gen umsetzen.*

Damit haben wir, auf einer allgemeinen Ebene, den systematischen Zusammen-
hang zwischen den Grundbegriffen hergestellt, die wir für medienökologische Ana-
lysen erforderlich und zweckmäßig erachten. Wir glauben, damit auch die Grund-
lagen skizziert zu haben, von denen aus sich die wesentlichen Themen einer medien-
ökologischen Forschung formulieren lassen.

4. Drei Grundthemen: Effekte, Geschichte und Ethik

Unser Diskussionsvorschlag für Medienökologie geschieht in pragmatistischer Ab-
sicht, beruht also auf der Auffassung, daß die Einsichten über die Auswirkungen
der Medien auf die gesellschaftliche Entwicklung untrennbar verknüpft sind mit
Überlegungen dazu, wie wir unser Zusammenleben ordnen können und wollen.
Dementsprechend interessiert der Anteil der Medien an *unserer* Gestaltung der
Lebenswelten. Daraus folgt, daß rechtliche, politische und ethische Erwägungen
unverzichtbare Teile der medienökologischen Arbeit sind.

Bei der Umschreibung eines allgemeinen Orientierungsrahmens, wie sie hier ge-
schieht, stehen nicht die einzelnen konkreten Aufgaben und Normen im Vorder-
grund, sondern die Frage, wie grundsätzlich die normativen Aspekte miteinzubezie-
hen sind und welche Möglichkeiten dafür bestehen. Das läuft auf ein Plädoyer für
vermehrte interdisziplinäre oder transdisziplinäre Arbeit hinaus. Kennzeichnend
für die aktuelle politische Relevanz und für Bemühungen dieser Art sind beispie-
lsweise die mehrfachen Aussagen des deutschen Bundespräsidenten Richard von
Weizsäcker über die Medienwirkungsforschung.¹⁰

Der Forderung, mehr als bisher die Einsichten über Medienwirkungen für die poli-
tische Arbeit zu nutzen und, umgekehrt, in den Forschungen die Aufgaben bei der
Gestaltung des menschlichen Zusammenlebens zu bedenken, möchten wir aus den
vorausgegangenen Überlegungen noch ein weiteres Element beifügen: Befassung
mit der Geschichte der Medien. Wir versprechen uns davon Einsichten für ein tiefe-
res Verständnis der Eigenheiten medialer Kommunikation und für den dabei wich-
tigen Vergleich zwischen Medien, woraus besser als bis anhin Folgerungen über län-
gerfristige, historische Wirkungen gezogen werden können. Dies wiederum fördert
zweifelsohne das Verständnis der aktuellen Situation.

Wir erachten es also als zweckmäßig, den Begriff der *Medienwirkungen* im Hinblick
auf die praktische Forschungsarbeit zu differenzieren. In einem engen Sinne des
Wortes sind Medienwirkungen Konsequenzen, die in einer Lebenswelt beobacht-
bar sind, also beispielsweise Änderungen von Verhalten, Einstellungen, Interaktio-
nen und Wissen, soweit sie in einen eindeutig nachvollziehbaren Zusammenhang

mit Form und Inhalten der Kommunikation gebracht werden können. Weiterhin können wir dazu Verhaltensweisen bei Individuen und Gruppen rechnen, die sich durch feste Muster (Gewohnheiten, Regelmäßigkeiten, Präferenzen, formale Qualitäten usw.) der medialen Kommunikation (zumindest teilweise) erklären lassen. In der angelsächsischen Literatur ist von Medienwirkungen dieser Art als von „effects“ die Rede; dieses Wort bedeutet nicht bloß Wirkung, sondern ebenso Erfolg, Folge, Konsequenz, Ergebnis, Resultat, ferner Einfluß und Eindruck, immer bezogen auf relativ unmittelbare, überschaubare Kontexte.

Die Untersuchungen über Medienwirkungen in diesem *engeren Sinne als Medieneffekte* beruhen in der Regel auf individuellen Beobachtungen, die nach den gängigen Verfahren aggregiert und generalisiert werden; in seltenen Fällen handelt es sich um mehrere Beobachtungen bei denselben Personen in Form einer Längsschnittstudie oder um den Vergleich aggregierter Beobachtungen zu verschiedenen Zeitpunkten.¹¹ Je mehr dabei der zeitliche Horizont ausgeweitet wird, desto stärker kommen geschichtliche Sachverhalte ins Spiel. Über diese historische Einordnung wird eine höhere Ebene der Interpretation erreicht. Hier liegt der primäre Bezug nicht mehr bei konkreten, sondern bei abstrakten Erfahrungen. Ein angemessener Orientierungsrahmen dafür bildet unseres Erachtens die (Sozial-)Geschichte der Medien. Sie schafft Möglichkeiten, Medienwirkungen *in einem weiten, generellen Sinne des Wortes zu analysieren*.

Eine andere Dimension dieser Reflexion ergibt sich dann dadurch, daß die Beobachtungen nicht auf eine Folie der *Vergangenheit* bezogen werden, sondern auf eine solche, für die die Dimension der *Zukunft* kennzeichnend ist. Wir sehen sie in den Bereichen des Politischen und des Normativen. Diese zeitlichen Konnotationen stellen zugegebenermaßen Kennzeichnungen dar, die an sich einer längeren Begründung bedürften, was wir hier lediglich in Stichworten andeuten können: Die Wirkung von Normen und Werten beruht auf dem Anspruch einer Geltung, die an Verfahren gebunden ist, die sich wiederum in der Regel nur über Verfahren ändern lassen, also über Prozesse der sozialen Gestaltung und der politischen Willensbildung. Darum sind, pragmatistisch gesehen, über Werte und Normen in konkreten Situationen wahrscheinliche Formen der Zukunft präsent.

Weiterhin lassen sich gesellschaftliche Kräfte ausmachen, die sich dafür einsetzen, die Geltung der Normen und Werte zu erhalten – so wie umgekehrt Kräfte der Veränderung vorhanden sind; doch diese stehen gewissermaßen unter einer doppelten Belastung: der normativen Kraft des Faktischen und dem Zwang zum Handeln. Das „Neue“ hat es somit, in bezug auf seine normativen Konnotationen, in der Regel schwer sich durchzusetzen. Diese Feststellung gilt selbstverständlich dann nicht, wenn Neuerungen als normativ neutral angesehen werden, wie das – worauf wir bereits einmal hingewiesen haben – für Medientechnologien oft behauptet wird. Gerade deswegen erachten wir die normative Reflexion als essentiellen Teil der Medienökologie in pragmatistischer Absicht: Weil menschliches Handeln stets normativ eingebunden ist, bedarf die Analyse von Medienwirkungen der Untersuchung, inwiefern dadurch die normativen Aspekte menschlichen Handelns betroffen sind.

4.1 Medieneffekte: Lernen und Entwicklung

Das Thema der Medienwirkungen i.e.S. fällt in die Domäne der gängigen Medienforschung, vorab psychologischer, sozialpsychologischer und soziologischer sowie kommunikationswissenschaftlicher Richtung. Ihr wichtigstes Modell bzw. Grundmuster variiert in mannigfachen, häufig Vergleiche einschließenden Anordnungen, mit dem Ziel, Verhaltensänderungen durch mediale Kommunikation zu ermitteln. Ein Seitenzweig der Forschung konzentriert sich auf Inhaltsanalysen (vgl. z.B. NIMH 1982; Maletzke 1983; Mayer 1985).

In unseren eigenen diesbezüglichen Bemühungen (Lüscher 1974, 1975, 1980, 1982, 1984) sind wir, knapp umschrieben, zur Auffassung gelangt, daß die Forschung ihren wesentlichen Aufschwung seit der Einführung und der allgemeinen Verbreitung des Fernsehens genommen hat, wobei sich drei Typen von Ansätzen unterscheiden lassen, die in ungefähr Phasen der Entwicklung markieren, allerdings teilweise nebeneinander praktiziert werden. Für den ersten Ansatz sind die Inhalte und deren Akzeptanz primär, für den zweiten sind es die Rezipienten und deren Verhaltensweisen und für den dritten der systemische Zusammenhang zwischen den beiden. In dieser hier bloß schematisch angedeuteten Entwicklung drückt sich eine wachsende Komplexität in der theoretischen Durchdringung und eine größere Leistungsfähigkeit der empirischen Verfahren aus. Ihnen entspricht eine Bilanz der Einsichten, in der mit zunehmender Übereinstimmung Medienwirkungen als stark, weitreichend und vielfältig aufgefaßt werden.

Wir wollen indessen nicht erneut zusammenfassen, sondern uns der Frage zuwenden, welchen dieser Einsichten unter medienökologischen Gesichtspunkten besondere Relevanz zukommt. Aus unseren Grundbegriffen leiten wir ab, daß eine besondere, wenngleich nicht die ausschließliche Aufmerksamkeit diejenigen Medienwirkungen erheischen, die sich auf die Konstitution von Erfahrungen beziehen, genauer, bei denen die konkrete Erfahrung medialer Kommunikation einhergeht mit einem nachhaltig wirkenden Transfer abstrakter Erfahrungen. Das ist gleichbedeutend mit Prozessen des *Lernens* sowie – in ihrer Akkumulation beim einzelnen – der *Sozialisation*.

Dieser Schluß ist nicht unbedingt originell. Dennoch steckt erstaunlicherweise die theoretisch differenzierte Erfassung von Lern- und Sozialisationsprozessen in der modernen Medienforschung noch in den Anfängen:¹² Nachdem zunächst Untersuchungen über die Nutzung der Medien und über Einstellungsänderungen, vorab des Fernsehens dominiert hatten, kam die Analyse des Lernens qua Modell bei Forschungen über Folgen der Darstellung von Gewalt erstmals zum Zug. Später (z.B. Bandura 1979) entstand in der Fernsehforschung eine sozialisationstheoretische Variante in einem Ansatz, in dem Viel- und Wenigseher miteinander verglichen wurden (z.B. Fernsehen und Bildung 1981). Dieser Forschungsansatz scheint uns überdies wichtig, weil darin die Kumulation von Effekten der durch die Medien geschaffenen konkreten Erfahrungen und der über sie vermittelten abstrakten Erfahrungen untersucht wird – eine Thematik, die bislang noch nicht ausreichend differenziert angegangen wurde. Erst neuestens liegen Ergebnisse von Bemühungen vor, die „Lernmechanismen“ zu erforschen, d.h. die Konstitution spezifischer Erfahrungen aus dem beim Fernsehen beispielsweise ablaufenden Zusammenspiel von Bild und Ton, von innerer Verbalisierung und Interpretationsfähigkeit sowie sozialem Kontext (z.B. Sturm 1984a; NIMH 1982a: 39–102).

Dabei ist selbstverständlich die Erforschung von Lernen durch Fernsehen lediglich ein Thema innerhalb dieser Thematik, vielleicht dasjenige, das die Komplexität me-

dialer Lernprozesse besonders gut veranschaulicht, weil mehrere Sinne gleichzeitig angesprochen werden, die Produktion auf einer hochgradigen Arbeitsteilung beruht, die Darbietungen inhaltlich und formal eine hohe Präsenz erfordernde Zeitstruktur haben und die Nutzung in einem erheblichen Ausmaß in den Alltag integriert ist. Doch die einzelnen Aspekte und Kombinationen unter ihnen kommen auch in anderen Formen medialer Kommunikation vor. Mehrdimensionalität, Mehrstufigkeit und die Verknüpfung unterschiedlicher Zeitstrukturen sind kennzeichnend für sozusagen alle Arten von Kommunikation durch und über Medien, denen stets ein vergleichbar einfaches Grundmuster personaler Kommunikation gegenübersteht.¹³ Die Vorgaben durch die Medien sind raffinierter (im ursprünglichen Sinne des Wortes) als die Struktur ihrer Rezeption. Wie kommt es hier eigentlich zu Lernerfahrungen, zu Sozialisationsprozessen?

Wir haben den Eindruck, daß ein weites Feld der Forschung noch weitgehend unbearbeitet vor uns liegt, wobei nicht nur neue empirische Beobachtungen notwendig sind, sondern ebenso, wie erwähnt, die konzeptuelle, theoretische Durchdringung. Etwas salopp formuliert können wir sagen: gefordert sind Lern- und Sozialisations-theorien für das Zeitalter der Informationsgesellschaft. Dazu könnte u. a. eine originelle Aufarbeitung der Einsichten aus der Didaktik ebenso beitragen wie der Einbezug medialer Erfahrungen in die Entwicklungspsychologie.

4.2 Die Rekonstruktion der Geschichte der Medien

Unsere These, ein Kristallisationspunkt der Medienökologie sei die Erforschung der durch und über Medien zustande kommenden Lern- und Sozialisationserfahrungen, impliziert, daß die sozialen Spezifika medialer Kommunikation herausgearbeitet werden. Das bedeutet, auf die Forschung angewandt, zwei eng miteinander verflochtene Aufgaben, nämlich, *erstens*, den Vergleich der verschiedenen Medien und, *zweitens*, die Ermittlung ihrer wechselseitigen Beeinflussung. Beide Aufgaben verweisen auf eine genetisch-historische bzw. sozialevolutionistische Betrachtungsweise, die sich den Bedingungen der Entstehung und der Verbreitung der Medien zuwendet und – im Rückblick – eine Art „allgemeiner Rezeptionsgeschichte“ vermittelt. Es geht darum, die Medienwirkungen als historisches Geschehen zu rekonstruieren, um die aktuelle Situation von den vorgegebenen Bedingungen her zu begreifen.

Für eine derartige Sozialgeschichte der Medien liegen erst wenige Beiträge vor: Ihr zentrales Thema stellt die Frage dar, wie sich menschliche Erfahrung, menschliches Wissen und Denken unter dem Einfluß einzelner Medien und ihrer zunehmenden Vielfalt verändert hat. Was wir damit meinen, können wir am besten mit einigen *Stichworten* zu zwei „Stufen“ in der Entwicklung menschlicher Kommunikation veranschaulichen (s. auch Ong 1967 sowie Lüscher 1984).

(1) *Wort und Schrift*: Gesellschaften, die über Schriftkunde verfügen – wir folgen hier Goody und Watts (1965) –, entwickeln ein neuartiges Verständnis von Vergangenheit, indem sich die kulturelle Überlieferung vom personengebundenen mündlichen Bericht ablöst. Das macht unterschiedliche Rekonstruktionen und Interpretationen der Tradition möglich, was sich wiederum auf die Vorstellungen von der Gegenwart und Zukunft auswirkt, so daß in letzter Konsequenz ein neues Zeitbewußtsein entsteht. Dadurch können Identitäten abgelöst von Verwandtschaft und Sippe gebildet werden (Parsons 1975). Im weiteren entstehen privilegierte Gruppen, die „Schriftkundigen“; teils üben sie selbst Herrschaft aus, teils stehen sie in enger Beziehung zu den Herrschenden.

(2) *Buchdruck*: Die Erfindung des Buchdrucks geht historisch einher mit Renaissance und Reformation, mit der Entstehung der modernen Wissenschaften und der Herausbildung territorialer und zunehmend bürokratisch-rational verwalteter Staatswesen. Von größter Relevanz ist dabei die Durchsetzung der Pressefreiheit, die, primär als Freiheit des Angebots verstanden, schließlich die Vermittlung von Lese- und Schreibkenntnissen an alle Menschen zuerst zur Forderung und allmählich zur Realität werden läßt. Diese Prozesse wirkten im Sinne einer Individualisierung, wobei allerdings neue Formen von Ungleichheit entstanden, die durch funktionale Differenzierung legitimiert werden. In diesem Kontext verallgemeinert sich ein Zeitbewußtsein, in dem, gestärkt durch die Freiheit im Umgang mit gedruckten Texten, die Machbarkeit der Welt betont wird und eine Verantwortung für die eigene Bildung entsteht. Die besondere Bedeutung der Kindheit wird zusehends erkannt und in der Rolle des Kindes institutionalisiert.

Welche fundamentalen Veränderungen ergeben sich durch die *elektronischen Medien*? Die räumliche und zeitliche Präsenz medialer Kommunikation hat erheblich zugenommen, umso mehr, als ältere Medien weiter im Gebrauch bleiben. Der Zugang zur Produktion ist infolge eines höheren Grades an Arbeitsteilung teilweise schwieriger geworden, teilweise sind wiederum vereinfachte Formen der Vermittlung entstanden. Tendenzen zur Monopolisierung stehen neben solchen der Dezentralisierung. Bei der Nutzung besteht an und für sich eine ausgeprägtere Bindung an die zeitlichen Vorgaben der Produktion und der Dissimination, doch ermöglichen neue Geräte wiederum eine gewisse Individualisierung. Zweifelsohne spielen die Medien eine herausragende Rolle in den Prozessen der politischen Meinungsbildung und Entscheidungsfindung, doch ob sich das Ausmaß an Demokratie erhöht hat oder nicht, ist umstritten. – Diese Fragen verweisen auf Aufgaben der medienökologischen Arbeit. Die historische Einordnung läßt uns die Brisanz der Themen klar erkennen, ohne uns von vorneherein auf einen entweder kulturpessimistischen oder einen fortschrittsgläubigen Standpunkt festzulegen. Zugleich wird deutlich, daß Antworten sowohl Kenntnisse über Medieneffekte als auch der normativen Dimensionen erfordern.

4.3 Medienpolitik, Medienrecht und Medienethik

Forschungen über Medieneffekte, ebenso wie die Rekonstruktion der – wie wir sie auch nennen könnten – Wirkungsgeschichte der Medien, so unvollständig, gemessen an der zunehmenden Omnipräsenz medialer Kommunikation sie sein mögen, belegen auf ihre Weise, was unserer alltäglichen Lebenserfahrung entspricht: daß nämlich mediale Kommunikation einen erheblichen und mit großer Sicherheit wachsenden Anteil an der Gestaltung des privaten und des öffentlichen Zusammenlebens hat. Diese ordnungspolitische Bedeutung medialer Kommunikation wollen wir uns ebenfalls anhand einiger zentraler Themen vergegenwärtigen.

a) *Macht und Herrschaft*: Je mehr die einzelnen Medien als Mittel gesehen werden, um Macht und Herrschaft durchzusetzen, und je mehr dies tatsächlich oder vermeintlich der Fall ist, desto stärker werden die politischen Bemühungen um Herrschaft über Medien. In unseren Tagen sind wir Augenzeugen heftiger medienpolitischer Auseinandersetzungen auf der Ebene der Länder, des Bundes sowie der internationalen Beziehungen. Zur medienökologischen Arbeit gehört unseres Erachtens die sorgfältige Analyse der in diesen Auseinandersetzungen wirksamen Kräfte und der Dimensionen, auf die sie ausgerichtet sind. Zum einen geht es dabei darum, möglichst präzise, klar und eindeutig die Repräsentanten und die Motive zu identifizieren. Zum anderen vermögen allzu große Vereinfachungen der dynamischen Komplexität moderner Gesellschaften nicht gerecht zu werden. Nicht genug, beide Tendenzen, diejenige zur Vereinfachung und diejenige zur Differenzierung werden wiederum von den Medien beeinflusst, die, wenn wir uns ein Wortspiel erlauben dürfen, sowohl als „Simplifikatoren“ wie auch als „Komplikatoren“ wirken.

Setzt man beispielsweise die beiden Dimensionen parteipolitischer Einfluß und wirtschaftlicher Einfluß über Werbung in Beziehung zu den aktuellen Debatten über die private Trägerschaft im Rundfunk, ist es zunächst naheliegend, auf die Koalition zwischen den der „Wirtschaft“ nahestehenden Parteien und denjenigen hinzuweisen, die sich über private Sender mehr Einfluß auf den Konsum versprechen. Indessen ist in Rechnung zu stellen, daß die Werbung keineswegs für alle Produkte gleichermaßen wichtig ist, zudem Konkurrenz unter den Werbeträgern besteht und politische Parteien in demokratischen Staaten ihrerseits auf dem Prinzip der Konkurrenz beruhen, die wiederum den Meinungspluralismus voraussetzt. Falls demokratische Willensbildung tatsächlich als übergreifendes Ordnungsprinzip gilt, ungeachtet des Umstandes, daß sie wie andere Prinzipien oft verletzt wird, zeichnet sich die Möglichkeit ab, Folgerungen für die Regulation medienpolitischer Auseinandersetzungen herauszuarbeiten, indem diese auf das übergreifende Prinzip bezogen werden. In der praktischen Arbeit erfordert dies u.a. eine entsprechende, subtile Interpretation der Mediengeschichte und der Medieneffekte, eine Aufgabe, für die noch kaum befriedigende Lösungen vorliegen.

b) *Freie Entfaltung der Person und das Recht auf Medienfreiheit:* Mit der zunehmenden Ausweitung medialer Kommunikation ergeben sich neue Fragen in bezug auf das wechselseitige Verhältnis der genannten und weiterer Grundrechte, was in der Rechtspolitik und dementsprechend in der juristischen Literatur zusehends diskutiert wird (z.B. Kübler 1982; Müller 1983; Hoffmann-Riem 1983; Schwartländer u.a. 1984). – Meinungsfreiheit ist historisch zunächst ein Recht auf freie Meinungsäußerung, mithin auch ein Recht, die Möglichkeiten der Medien als Produzent und als Anbieter frei zu nutzen, wobei die Annahme besteht, daß damit zugleich das Ausmaß gesellschaftlicher Pluralität und vielfältiger Meinungsbildung im Dienste einer demokratischen Gesellschaftsordnung erhöht wird. Die Analyse von Medieneffekten bei Individuen und Gruppen macht demgegenüber darauf aufmerksam, daß ein schrankenloses Angebot die Persönlichkeitsentwicklung einzelner oder bestimmter Kategorien von Menschen ungünstig beeinflussen kann. Der Jugendschutz rechtfertigt sich – nebst moralisch-ethischen Erwägungen – durch derartige Überlegungen, und jede neue Entwicklung wirft Fragen dieser Art auf, so jüngstens mit Bezug auf Videofilme mit brutalen und pornographischen Inhalten. Hinsichtlich der politischen Meinungsbildung – als weiteres Beispiel – ist unbestritten, daß ein Pluralismus des Angebotes in Demokratien grundsätzlich erwünscht ist. Ungeklärt, auch im Sinne einer medienökologischen Sichtweise, ist die Frage, ob der Pluralismus ein solcher des Angebots der einzelnen Träger sein soll (Binnenpluralität), oder ob es ausreicht, wenn er unter verschiedenen Angeboten besteht (Außenpluralität), und schließlich, welche Rolle dabei dem Verhältnis zwischen den Medien und ihrer Trägerschaft zukommt.

Derartige Fragestellungen sind vergleichsweise einfache Beispiele für Themen, die sich in großer Zahl derzeit in den Rechtswissenschaften und in der Rechtspraxis hinsichtlich der Medien stellen. Wichtige Aufgaben stehen nicht nur im Verfassungsrecht an, sondern auch im Urheberrecht, im Strafrecht, im Arbeitsrecht und im Verwaltungsrecht (vgl. z.B. Presserecht und Pressefreiheit 1982; Bullinger u. Kübler 1979; Hoffmann-Riem 1985; Stock 1985; Löffler u. Ricker 1978).

c) *Verantwortung für andere und für sich selbst:* Die medienpolitische Debatten, einschließlich der Bemühungen um Expertenwissen (s. z.B. Enquête-Kommission des Deutschen Bundestages 1984) ebenso wie die Diskussionen unter Juristen lassen deutlich erkennen, daß es hinsichtlich der Medien zur Zeit außerordentlich schwierig ist, einen Ausgleich der Interessen zu erzielen. Keinesfalls dürfen die rechtlichen Regelungen die persönliche Meinungs- und Informationsfreiheit tangieren. – In der Tat handelt es sich hier um Probleme, die sich nicht durch das positive Recht allein regeln lassen, sondern allgemeine ethische Überlegungen erfordern. Das gilt etwa für den moralischen Gehalt von Texten und Sendungen, für die Grenzen der Beeinflussung, für die Anerkennung kultureller Minderheiten, die Beurteilung von Ungleichheiten im Zugang und in der Nutzung auch bezüglich des Verhältnisses zwischen industrialisierten Ländern, Schwellenländern und Entwicklungsländern. Es geht also darum, die Wirkungen medialer Kommunikation auf ihre Tragweite für die Entwicklung des Individuums, kleiner und großer Gemeinschaften und der internationalen Beziehungen zu beurteilen und daraus Maximen für ein Handeln abzuleiten, das die Eigeninteressen auf das Gemeinwohl und die internationale Solidarität bezieht. Das auf diese Weise angesprochene „Prinzip der Verantwortung“ ist nicht von ungefähr in jüngster Zeit in philosophischen (Jonas 1979), theologischen (Ruh 1984), staatsrechtlichen (Saladin 1984) und pädagogischen (Picht 1969) Arbeiten als Grundkategorie der Ethik bestätigt worden. In Verbindung mit der sozialen Wirklichkeit der Medien wachsen diesem Prinzip neue Dimensionen zu. Wenn Kommunikation, wie wir das eingangs vorgeschlagen und mit unserer Analyse begründet haben, ein Element der Konstitution von Lebenswelten ist und wenn die dabei ablaufenden Prozesse angesichts der Omnipräsenz der Medien eine neue Qualität erreichen,¹⁴ dann gehört die Analyse der Begründung und der Geltung von Normen der Kommunikation unverzichtbar zur medienwissenschaftlichen Arbeit.

5. Medienökologisch handeln

Die Medien sind in unserer Zeit in umfassender Weise Teil unserer Lebenswelten. Die leichte alltägliche Verfügbarkeit und die Routine des Umgangs täuschen darüber hinweg, daß die Struktur moderner Gesellschaften und die Prozesse ihrer Entwicklung erheblich und mannigfach von den durch und über die Medien geschaffenen Realitäten beeinflusst worden sind und in Zukunft womöglich noch stärker als bis anhin beeinflusst werden. Wenn wir uns diese Tatsache in ihrer ganzen Tragweite bewußt machen, ergeben sich daraus wichtige Anstöße für unser wissenschaftliches, unser gesellschaftspolitisches und unser alltägliches Handeln, Anstöße, die uns in jene Spannungsfelder führen, deren Horizont die Grundfragen der menschlichen Natur und Existenz bilden.

Für die Sozial- und Humanwissenschaften folgt unserer Ansicht nach aus einer medienökologischen Perspektive, daß viele Forschungen nicht realitätsgerecht sein können, wenn sie die Alltäglichkeit und Allgegenwart der Medien außer acht lassen. Pointiert formuliert geht es heute eigentlich nicht mehr darum, eine isolierte Medienwirkungsforschung zu fördern, sondern vor allem darum, in sozialwissenschaftlichen Untersuchungen, soweit sie sich auf die realen Verhältnisse beziehen wollen, dem Anteil der Medien im Handeln moderner Menschen Rechnung zu tragen.

Damit plädieren wir zugleich dafür, die Medienforschung bzw. die Kommunikationswissenschaften nachdrücklicher als bis anhin in die Sozial- und Humanwissenschaften zu integrieren. Einige Vorschläge dazu haben wir in unseren Ausführungen zur Begriffs- und Theoriebildung sowie über Forschungsthemen zu geben versucht.

Wir hoffen, es ist uns dabei gelungen, plausibel zu machen, daß dieser Weg Anstrengungen zur Überwindung traditioneller kausalistischer und funktionalistischer Modelle erfordert: Gerade weil Technologien auf derartigen Schemata beruhen, brauchen wir übergeordnete, komplexere Ansätze der Analyse, wenn wir vermeiden wollen, daß wir unser Handeln den technologischen Zwängen unterordnen müssen. Nicht von ungefähr zeichnet sich im Zeitalter künstlicher Intelligenz eine neue Besinnung auf die Geisteswissenschaften und auf die Ethik ab.

Dabei kann es sich gewiß nicht schlicht um eine Rückkehr zu alten „Werten“ handeln. Allzuoft erweist sich der Bezug darauf lediglich als eine moralisierende Spielform eines im Grunde genommen wiederum technokratischen Denkens, dessen Grundstruktur impliziert, daß dann, wenn wir die richtigen Werte und Normen zur Geltung bringen könnten, sich zwangsläufig ein richtiges Handeln der Menschen in allen Lebenslagen ergeben müsse.¹⁵

Theoretische Überlegungen ebenso wie die Ergebnisse der Forschung zeigen, daß wir praktisches Handeln besser zu begreifen vermögen, wenn wir die in einer Situation bestehende spezifische Konstellation zwischen dem Kontext, den Zielen und der Begründung als eine Leistung interpretieren, die von den Handelnden erbracht wird. Entscheidend ist dabei, welche Aufgaben unmittelbar und mittelbar zu lösen sind oder als lösenswert betrachtet werden. Die einzelnen Komponenten des Han-

delns lassen sich auf diese Weise aufeinander beziehen und daran messen, inwiefern und allenfalls in welchem Ausmaß sie zur Erfüllung der Aufgaben beizutragen vermögen.

Wenn diese Analyse zutrifft, können wir daraus beispielsweise Folgerungen für das praktische Anliegen der *Medienpädagogik* ziehen. Ihr eigentliches Ziel liegt dann nicht mehr darin, Fähigkeiten und „Kompetenz“ im Umgang mit den Medien zu vermitteln, sondern, viel umfassender, den einzelnen zum Nachdenken darüber anzuregen, welchen Anteil die Medien an den alltäglichen Lernerfahrungen haben und haben sollen, wie der einzelne sich diese Sachverhalte besser bewußt machen kann und sich entsprechend verhalten will.¹⁶ Analoge Überlegungen lassen sich für die Rolle der Medien im familialen Zusammenleben¹⁷ und in der Schule anstellen¹⁸.

Bei der Beschäftigung mit diesen und zahlreichen weiteren Themen, die sich in der Medienforschung und -praxis stellen, ermöglicht die hier skizzierte Perspektive über die differenzierte Berücksichtigung der für die alltägliche Wirklichkeit wichtigen Sachverhalte hinaus einen Bezug zu anthropologischen Prämissen und deren Implikationen, vorab zur Annahme, daß das Verhalten des einzelnen nicht durch die Umwelt „determiniert“ ist, auch nicht durch die Medien, sondern vielmehr die Lebenswelten das Ergebnis von Prozessen der Gestaltung sind. Seit jeher sind dabei konkrete *und* abstrakte Erfahrungen von Belang. Doch heute stellen sich dringlicher denn je Fragen, inwiefern dieses Verhältnis durch die Kommunikationstechnologien und die damit verbundenen Medien beeinflußt werden soll, sowie welche Begrenzungen wir uns in der Kommunikationspolitik auferlegen müssen, um künftigen Generationen die Möglichkeiten einer eigenverantwortlichen Gestaltung ihres Handelns zu belassen. Derartige Analysen über die aktuelle Interdependenz der Wirkungen, der Geschichte und der Ethik menschlicher Kommunikation bei der Konstitution von Lebenswelten sind hier mit Medienökologie gemeint.

Anmerkungen

- 1 Eine genauere Umschreibung des Begriffes der Kommunikation werden wir weiter unten vorschlagen. Um Mißverständnissen vorzubeugen wollen wir bereits hier betonen, daß wir von einem weitgefaßten Verständnis ausgehen, wie es etwa auch in der modernen evolutionär-systemisch orientierten Biologie (vgl. z.B. Wieser 1970: 55f.) verbreitet ist. Formal wollen wir den Begriff daher nicht auf einen mehr oder weniger absichtlich und bewußt vollzogenen Austausch von Informationen zwischen menschlichen Subjekten einschränken, sondern darunter jeglichen Übertragungsprozeß verstehen, in dem Information weitergegeben bzw. (weniger anthropomorph ausgedrückt) wirksam wird. Die angesprochene traditionelle Orientierung wird auch heute noch von der sog. „analytischen Handlungstheorie“ vertreten (vgl. z.B. Meggle 1977; Beckermann 1977), für die Wissenssoziologie vgl. neuerdings Elias (1982), für die Evolutionstheorie vor allem Lorenz (1973) und Riedl (1980).
- 2 Inhalt und Zweckmäßigkeit von Grundbegriffen ergeben sich somit aus der Möglichkeit der Zuordnung erfahrbarer Phänomene und der Einordnung in einen systematischen, abstrakten Kontext (oder Corpus), letztlich eine Theorie. – Wir verlangen von Grundbegriffen, daß sie am *Ideal* einer lebensweltlichen *und* an demjenigen allgemeiner theoretischer Gültigkeit ausgerichtet sind. Beides sind Ideale, die konstitutiv, also sinn- und handlungsstiftend für die wissenschaftliche Arbeit sind. – Sinn- und handlungsstiftend für die wissenschaftliche Arbeit sind diese Ideale möglicherweise, weil wir wissen, daß wir sie noch nicht erreicht haben, also Anlaß haben, uns immer weiter zu bemühen, wobei allerdings die teilweise durch geschichtliche Erfahrungen genährte Vermutung besteht, daß wir diese Ideale nie ganz erreichen werden.

- 3 In der Literatur finden sich diesbezüglich auch Unterscheidungen wie direkte und indirekte, primäre und sekundäre Erfahrungen u.ä. Wir wählen absichtlich ein relativ unanschauliches Begriffspaar, um von vornherein Distanz zu kulturkritischen Vorurteilen zu halten, die etwa mit dem Begriff der sekundären Erfahrung die Konnotation von uneigentlichen, unechten Erfahrungen verbinden und daraus Thesen über angebliche Medienwirkungen, speziell bezüglich des Fernsehens, ableiten (vgl. auch Maletzke 1984).
- 4 Was natürlich nicht heißt, daß die (Massen-)Medien keine Änderungen in Einstellungen und Werthaltung bewirken könnten oder würden, wie im Anschluß an die sog. „Verstärkungsthese“ behauptet worden ist (vgl. die Kritik von Geissler 1981). Zu berücksichtigen ist vielmehr das Verhältnis der von den Medien angebotenen Erfahrungen zu der bereits vorhandenen Wissensstruktur.
- 5 Bezüglich Mead vgl. besonders den von Strauss herausgegebenen einführenden Sammelband (Mead 1969), der auch die evolutionstheoretische Ausrichtung Meads gebührend berücksichtigt. Interessante Einführungen in die modernen naturwissenschaftlichen Ergebnisse in bezug auf die Entstehung von Geist und Bewußtsein legen beispielsweise Benesch (1980) und von Ditfurth (1980) vor.
- 6 In der neueren systemtheoretischen Literatur findet zunehmend ein verallgemeinerter Begriff des Mediums Verwendung, der auch Geld, Macht, Wertbindung, sogar Liebe als „Kommunikationsmedien“ zu konzeptualisieren gestattet. Die entsprechende Abstraktion wurde im wesentlichen von Parsons in die sozialwissenschaftliche Diskussion eingeführt (vgl. Parsons 1980), dann in erster Linie von Luhmann (1975) theoretisch aufgenommen und in einigen Analysen (vgl. besonders Luhmann 1982) angewendet.
- 7 Die kommunikationstheoretische Richtung innerhalb der Psychotherapie (immer noch grundlegend: Watzlawick, Beavin u. Jackson 1969) hat gezeigt, daß durch bestimmte Formen der „Metakommunikation“ auch soziale Kontexte geschaffen werden, welche die beteiligten Subjekte krank machen und ihnen die Fähigkeit zur intersubjektiv nachvollziehbaren Thematisierung ihrer Erfahrungen rauben können.
- 8 Nicht erst seit dem diesjährigen Endspiel im „Europacup der Landesmeister“ in Brüssel weiß man, daß das Verhalten sog. Fanclubs mehr von den Selbstdarstellungsbedürfnissen deren Mitglieder als vom Fußball abhängt. Das Fernsehen und die Presse spielen dabei naturgemäß eine erhebliche Rolle, sammeln die Fans doch sogar Zeugnisse (z.B. Zeitungsausschnitte) ihrer Wirkungen über die Medien (vgl. Rittner 1985).
- 9 Der Begriff der Lebenswelt findet besonders in der Phänomenologie Verwendung, hat aber auch dort vielfältige Bedeutungsvarianten und ist vor allem nicht immer klar vom Begriff der Alltagswelt, der seinerseits die mannigfachsten Verwendungen erfährt, abgegrenzt (vgl. Bergmann 1981; Waldenfels 1978). Wenn man unter der Alltagswelt aber die je historisch-sozialräumlich wirksamen Strukturen der allgemein geteilten kulturellen Selbstverständlichkeiten (Wissensformen) versteht, dann kann, worauf auch unser Umschreibungsvorschlag abzielt, mit dem Begriff der Lebenswelt die pragmatisch-anthropologische Fundierung der Kultur(en) bezeichnet werden (vgl. auch Wehrspau 1985).
- 10 Vgl. dazu beispielsweise die Auszüge aus einem Interview mit R.v. Weizsäcker in Kirche und Rundfunk Nr. 2 vom 9. 1. 85.
- 11 Die sich dabei stellenden wissenschaftstheoretischen und forschungspraktischen Aufgaben haben wir ausführlicher in Lüscher (1982) diskutiert.
- 12 Die Wirkungsforschung hat durch ihre neopositivistische Ausrichtung längere Zeit Schwierigkeiten gehabt, sich den nicht auf Zusammenhänge zwischen einzelnen Variablen reduzierbaren sozialisationstheoretischen Fragestellungen zu nähern (vgl. Bergler u. Six 1979; Huter 1981), erst neuere Ansätze beginnen, die Defizite auszugleichen (Bonfadelli 1981) und auch „kontextuelle“ Sachverhalte mit dafür geeigneten Forschungstechniken anzugehen (Rust 1984).
- 13 Kürzlich hat Kob (1984) auf ein allgemeines Problem der Medienwirkungsforschung aufmerksam gemacht: Die Theorien zur Massenkommunikation knüpfen oft unreflektiert an Theorien der personalen Kommunikation an, was zu Unterstellungen in der empirischen Arbeit führen kann wie etwa der, daß der Fernsehzuschauer sich tatsächlich vom Programm persönlich, d.h. als Person angesprochen fühle, oder der, daß die Produzenten wirklich ein Manipulations- oder Belehrungsinteresse gegenüber dem Publikum hätten und nicht nur am Fortkommen und der Selbsterhaltung in einer historisch-sozialräumlich vorgegebenen Organisationsstruktur orientiert seien. Solche Verkürzungen können als Beispiele dafür dienen, daß mangelnde konzeptuelle Abklärungen die Brauchbarkeit und Validität der empirischen Ergebnisse erheblich beeinträchtigen können.
- 14 Einer dieser Prozesse ist sicherlich der einer zunehmenden „Technisierung“ und „Rationalisierung“ unserer Lebenswelten. Wir halten es aber für nicht fruchtbar, aus dieser Einsicht die These von einer „Kolonialisierung“ der Lebenswelt (vgl. etwa Habermas 1981) abzuleiten, denn Lebenswelten sind ja nicht an sich gegeben, sondern konstituieren sich erst in den Handlungsweisen der Menschen, also auch in deren Umgang mit Kommunikationstechnologien und Medien.

- 15 Möglicherweise trägt diese Argumentationsstruktur dazu bei, daß eine wertkonservative Haltung in der allgemeinen Politik oft einhergeht mit ausgesprochen technologiefreundlichen Auffassungen in bezug auf die Einführung und Nutzung neuer Technologien.
- 16 In medienpädagogischen Debatten (vgl. z.B. de Haen 1984) stehen sich oft „affirmative“ und „kritische“ Positionen gegenüber. Eine medienökologische Sichtweise ermöglicht gegenüber beiden eine dritte Position, indem sie das genuine Thema von Pädagogik, die Bildung des Menschen, ins Zentrum rückt und u.a. nahelegt, die geistesgeschichtlichen Wurzeln der Disziplin in die Analyse miteinzubeziehen, gewiß kein einfaches, jedoch vermutlich wertvolles und nützliches Unterfangen.
- 17 Vgl. hierzu z.B. das Kurzzutachten des Wissenschaftlichen Beirates für Familienfragen beim BMJFG, abgedruckt in: Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, 26. 1. 1984, S. 81–83.
- 18 S. hierzu den Beitrag von Pfeiffer und Rolff in diesem Heft.

Literaturverzeichnis

- Bandura, A.: Aggression. Eine sozial-lerntheoretische Analyse. Stuttgart, Klett-Cotta 1979.
- Beckermann, A. (Hg.): Analytische Handlungstheorie Band 2: Handlungserklärungen. Frankfurt, Suhrkamp 1977.
- Benesch, H.: Der Ursprung des Geistes. München, dtv 1980.
- Bergler, R. / Six, U.: Psychologie des Fernsehens. Bern, Stuttgart, Wien, Huber 1979.
- Bergmann, W.: Lebenswelt, Lebenswelt des Alltags oder Alltagswelt? Ein grundbegriffliches Problem „alltagstheoretischer“ Ansätze. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 33 (1981), 50–72.
- Bonfadelli, H.: Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Berlin, Spiess 1981.
- Bronfenbrenner, U.: Die Ökologie menschlicher Entwicklung. Stuttgart, Klett-Cotta 1981.
- Bullinger, M. / Kübler, F. (Hg.): Rundfunkorganisation und Kommunikationsfreiheit. Baden-Baden, Nomos 1979.
- Ditfurth, H. von: Der Geist fiel nicht vom Himmel. München, dtv 1980.
- Elias, N.: Engagement und Distanzierung. Arbeiten zur Wissenssoziologie I. Frankfurt, Suhrkamp 1982.
- Enquête-Kommission des Deutschen Bundetages: Zwischenbericht „Neue Medien und Informationstechniken“ v. 28. 3. 1983. Drucksache 9/2442.
- Eurich, C.: Das verkabelte Leben. Wem schaden und wem nützen die neuen Medien? Reinbek, Rowohlt 1984.
- Geissler, R.: Wandel durch Massenmedien. Die Verstärker-Doktrin neu durchdacht. In: Communications 7 (1981), 169–185.
- Goody, J. / Watts, I.: The consequences of literacy. In: Comparative Studies in Society and History 5 (1965), 304–345.
- Habermas, J.: Theorie des kommunikativen Handelns. 2 Bände. Frankfurt, Suhrkamp 1981.
- Hachmeister, L.: Kommunikationswelt als Medienwelt. In: Medium 12 (1982), No. 1, 3–8 u. No. 2, 4–8.
- Haen, I. de (Hg.): Medienpädagogik und Kommunikationsstruktur. Frankfurt, Gemeinschaftswerk der Evang. Publizistik 1984.
- Hildebrand-Nilshon, M.: Die Entwicklung der Sprache. Phylogenese und Ontogenese. Frankfurt und New York, Campus 1980.
- Hoffmann-Riem, W. (Hg.): Grundrechte und soziale Wirklichkeit. Baden-Baden, Nomos 1982.
- Hoffmann-Riem, W.: Kommunikationsstruktur und Chancengleichheit. Referat im Rahmen des Forschungssymposiums „Menschenrechte“. Tübingen 1985 (vervielf.).
- Huter, A.: Mensch und Massenmedien. Der anthropologische Aspekt der Medienforschung. Salzburg, Müller 1981.
- Jonas, H.: Das Prinzip Verantwortung. Frankfurt, Insel 1979.
- Kob, J.: Der Kommunikationsmythos und die Massenpublizistik. In: Communications 10 (1984), 3–14.
- Kübler, F.: Medienverantwortung als Rechtsproblem. In: Hoffmann-Riem, W. (Hg.): Grundrechte und soziale Wirklichkeit. Baden-Baden, Nomos 1982.
- Löffler, M. / Ricker, R.: Handbuch des Presserechts. München, Beck 1978.
- Lorenz, K.: Die Rückseite des Spiegels. München, Piper 1973.
- Lüscher, K.: Gewalt im Fernsehen – Gewalt des Fernsehens. In: Neidhardt, F. (Hg.): Aggressivität und Gewalt in unserer Gesellschaft. München, Juventa 1974, 83–104.
- Lüscher, K.: Mündliche Stellungnahme vor dem Bundesverfassungsgericht. In: Hoffmann-Riem, W. et al. (Hg.): Medienwirkung und Medienverantwortung. Baden-Baden, Nomos 1975, 145–165.
- Lüscher, K.: Medienwirkungen in sozialökologischer Sicht. Beitrag zum „Wissenschaftlichen Gespräch“ des Presse- und Informationsamtes

- der Bundesregierung, 18. 1. 1980. In: Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (Hg.): *Mediennutzung/Medienwirkung*. Berlin, Spiess 1980, 113–122.
- Lüscher, K.: *Medienwirkungen und Gesellschaftsentwicklung*. In: *Deutscher Juristentag (Hg.): Verhandlungen des 54. Deutschen Juristentages, Nürnberg 1982. Eröffnungsplenarveranstaltung*. München, Beck 1982, H21-H43.
- Lüscher, K.: *Fernsehen – Familie – Gesellschaft. Elemente einer Medienökologie*. In: Ringeling, H. / Svilar, M. (Hg.): *Die Welt der Medien*. Bern, Haupt 1984, 39–53.
- Lüscher, K.: Was leistet die Soziologie für die Gesellschaft? In: *Universitas* 40 (1985), No. 6.
- Lüscher, K.: / Fisch, R. / Pape, T.: *Die Ökologie von Familien*. In: *Zeitschrift für Soziologie* 14 (1985), 13–27.
- Lüscher, K. / Wehrspaun, M.: *Identitätszuschreibung als familiäre Leistung*. In: *Schweizerische Zeitschrift für Psychologie* (1985) (im Druck).
- Luhmann, N.: *Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien*. In: Luhmann, N.: *Soziologische Aufklärung 2*. Opladen, Westd. Verlag 1975, 170–192.
- Luhmann, N.: *Liebe als Passion*. Frankfurt, Suhrkamp 1982.
- Maletzke, G.: *Kommunikationsforschung zu Beginn der Achtziger Jahre*. In: *Media Perspektiven* 2 (1983), 114–129.
- Maletzke, G.: *Bild und Wirklichkeit*. In: *Maletzke, G.: Bausteine zur Kommunikationswissenschaft 1949–1984*. Berlin, Spiess 1984.
- Mayer, R.A.M.: *Medienumwelt im Wandel*. München DJI-Verlag 1984.
- Mead, G.H.: *Sozialpsychologie*. Neuwied, Luchterhand 1969.
- Meggler, G. (Hg.): *Analytische Handlungstheorie Band 1: Handlungsbeschreibungen*. Frankfurt, Suhrkamp 1977.
- Merten, K.: *Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse*. Opladen, Westd. Verlag 1977.
- Müller, J.P.: *Gibt es eine Medienfreiheit?* In: *Recht* 1 (1983), 9–15.
- National Institute of Mental Health (NIMH): *Television and Behavior. Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties. Vol. I: Summary Report*. Washington, US Department of Health and Human Services 1982.
- National Institute of Mental Health (NIMH): *Television and Behavior. Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties. Vol. II: Technical Reviews*. Washington, US Department of Health and Human Services 1982a.
- Ong, W.: *Interfaces of the word*. Ithaca, Cornell University Press 1967.
- Parsons, T.: *Gesellschaften. Evolutionäre und komparative Perspektiven*. Frankfurt, Suhrkamp 1975.
- Parsons, T.: *Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien*. Opladen, Westd. Verlag 1980.
- Picht, G.: *Der Begriff der Verantwortung*. In: Picht, G.: *Wahrheit, Vernunft, Verantwortung*. Stuttgart, Klett 1969.
- Presserecht und Pressefreiheit. *Festschrift für Martin Löffler*. München, Beck 1980.
- Riedl, R.: *Biologie der Erkenntnis*. Berlin und Hamburg, Parey 1980².
- Rittner, V.: *Randale im Stadion*. In: *Der Spiegel* Nr. 24. v. 10. 6. 1985, 176–177.
- Ruh, H.: *Verantwortung*. Internes Manuskript. Sozialethisches Institut Zürich 1984.
- Rust, H.: *Biographische Medienforschung: Ein Schritt auf dem Weg zur „kontextuellen“ Medienwissenschaft*. In: *Medien-Journal* 3 (1984), 80–86.
- Schwartzländer, J. u.a. (Hg.): *Dokumente zum Projekt Menschenrechte*. Unveröffentlicht. Tübingen 1984.
- Saladin, P.: *Verantwortung als Staatsprinzip*. Bern und Stuttgart, Haupt 1984.
- Stock, M.: *Medienfreiheit als Funktionsgrundrecht*. München, Beck 1985.
- Sturm, H.: *Einflüsse des Fernsehens auf die Entwicklung des Kindes. Ergebnisse der Wirkungsforschung*. In: Ringeling, H. / Svilar, M. (Hg.): *Die Welt der Medien*. Bern, Haupt 1984, 55–69.
- Sturm, H.: *Wahrnehmung und Fernsehen: Die fehlende Halbsekunde*. In: *Media Perspektiven* 1 (1984), 58–65.
- Waldenfels, B.: *Im Labyrinth des Alltags*. In: Waldenfels, B. / Broekman, J. / Pazanin, A. (Hg.): *Phänomenologie und Marxismus Band 3: Sozialphilosophie*. Frankfurt, Suhrkamp 1978, 18–44.
- Watzlawick, P. / Beavin, J. / Jackson, D.D.: *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern, Stuttgart und Wien, Huber 1969.
- Wehrspaun, M.: *Konstruktive Argumentation und interpretative Erfahrung. Bausteine zur Neuorientierung der Soziologie*. Opladen, Westd. Verlag 1985.
- Wieser, W.: *Genom und Gehirn – Information und Kommunikation in der Biologie*. München, Hanser 1970.

Anschrift der Autoren:

Prof. Dr. K. Lüscher und Dr. M. Wehrspaun, Fachbereich Soziologie der Universität, Postfach 5566, 7750 Konstanz

ZSE — Zeitschrift für
Sozialisationsforschung
und Erziehungssoziologie

Sonderdruck

Beltz