

Christoph Kuhlmann

# Kommunikation als Weltbezug

HERBERT VON HALEM VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

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

Christoph Kuhlmann  
*Kommunikation als Weltbezug*  
Köln: Halem, 2016

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

**ISBN (Print):** 978-3-86962-219-4  
**ISBN (PDF):** 978-3-86962-220-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag  
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg  
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf  
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.  
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

»Keine Kommunikation teilt jemals die Welt mit.«

(LUHMANN 1994: 27)

»Letztlich referiert jeder Sinn Welt.« (LUHMANN 1997: 143)

»Fernsehen fühlt sich an wie der Tod der Welt.«

(T. C. BOYLE, Kulturjournal, 3Sat, 11.5.2012)

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	15
1. EINLEITUNG	17
2. DIE REALITÄT IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT	24
2.1 Auf der Suche nach der verlorenen Welt	24
2.1.1 <i>Die Realität in Kommunikationsmodellen</i>	25
2.1.2 <i>Realität?! Der radikale Konstruktivismus</i>	42
2.1.3 <i>Der dynamisch-transaktionale Ansatz</i>	53
2.1.4 <i>Die Nachrichtenwertforschung auf der Flucht vor der Realität</i>	58
2.1.5 <i>Agenda Setting: Themenforschung ohne Thementheorie</i>	62
2.1.6 <i>Verzerrte Realität: Weitere Forschungsgebiete</i>	65
2.2 Der letzte Mohikaner: Das Thema ›Thema‹	67
2.3 Zusammenfassung	72
3. THEORIE DES WELTBEZUGSANSATZES	74
3.1 Existenzphilosophische Grundlagen	74
3.2 Existenz als Weltbezug	78
3.3 Formen des Weltbezugs	92
3.3.1 <i>Wahrnehmung</i>	95
3.3.2 <i>Kognitive Weltbezüge: Wissen, Meinungen, Einstellungen</i>	98
3.3.3 <i>Emotionen</i>	102

3.3.4	<i>Vorstellung und Traum</i>	106
3.3.5	<i>Handeln</i>	108
3.3.6	<i>Verhaltensreaktionen</i>	113
3.3.7	<i>Kommunikation</i>	114
3.3.7.1	<i>Kommunikation als indirekter Weltbezug</i>	114
3.3.7.2	<i>Produktive und rezeptive Kommunikation</i>	117
3.3.7.3	<i>Mediale Kommunikation: Entgrenzung der Welt und Begrenzung der Weltbezüge</i>	122
3.3.7.4	<i>Weltbezüge als Ziel und Wirkung von Kommunikation</i>	126
3.3.7.5	<i>Kommunikation als Weltbezugsressource</i>	130
3.4	<i>Dimensionen (kommunikativer) Weltbezüge</i>	135
3.4.1	<i>Sein oder Sollen? Deskriptive und normative Bezüge</i>	136
3.4.2	<i>Können und Müssen, Dürfen und Wollen</i>	139
3.4.3	<i>Sichere und unsichere Weltbezüge</i>	141
3.4.4	<i>Fremd- und Selbstbezug</i>	142
3.5	<i>Dimensionen der Welt</i>	145
3.5.1	<i>Drei (?) Welten</i>	146
3.5.1.1	<i>Poppers Dreiweltenlehre</i>	146
3.5.1.2	<i>Habermas' Dreiweltenlehre</i>	147
3.5.2	<i>Fakten und Fiktionen</i>	149
3.5.3	<i>Themen</i>	154
3.5.3.1	<i>Definitionsprobleme</i>	155
3.5.3.2	<i>Funktionen von Themen</i>	159
3.5.3.3	<i>Themen und Ereignisse</i>	161
3.5.3.4	<i>Themen und Beiträge</i>	162
3.5.3.5	<i>Themen und Weltbezüge</i>	163
3.5.4	<i>Systeme</i>	165
3.5.5	<i>Akteure</i>	168
3.5.6	<i>Probleme</i>	170
3.5.7	<i>Ereignisse</i>	173
3.5.8	<i>Raum und Zeit</i>	175
3.5.9	<i>Zusammenfassung</i>	180
3.6	<i>Eine allgemeine Theorie der Kommunikationswirkungen</i>	182
3.6.1	<i>Weltbezüge als Kommunikationswirkungen</i>	183
3.6.2	<i>Felder der Kommunikationswirkungen</i>	187
3.6.3	<i>Die Rezeption von Weltbezügen</i>	196

3.6.4	<i>Formen der Kommunikationswirkungen</i>	201
3.6.5	<i>Ursachen im Kommunikationsprozess</i>	213
3.6.6	<i>Intervenierende Variablen im Wirkungsprozess</i>	224
3.7	Zusammenfassung	229
4.	ANWENDUNGEN DES WELTBEZUGSANSATZES	231
4.1	Medialisierung	232
4.2	Agenda Setting	237
4.3	Framing	250
4.4	Uses and Gratifications	255
4.5	Nachrichtenwertforschung	260
4.6	Weitere Anwendungsgebiete	264
4.6.1	<i>Schweigespirale</i>	264
4.6.2	<i>Wissensklutforschung</i>	266
4.6.3	<i>Mood Management</i>	268
4.7	Kritische Perspektiven	270
4.8	Zusammenfassung	273
5.	METHODISCHE IMPLIKATIONEN: DIE MESSUNG VON WELTBEZÜGEN	274
6.	SCHLUSS	281
7.	LITERATUR	287

## Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1	Nachrichtenwertforschung und Agenda Setting	25
Abb. 2	Kommunikationsmodell von Shannon und Weaver	26
Abb. 3	Kommunikationsmodell nach Newcomb	27
Abb. 4	Kommunikationsmodell von Westley und MacLean	28
Abb. 5	Feldschema der Massenkommunikation von Maletzke	29
Abb. 6	Varianten der Selektionsdarstellung	29
Abb. 7	Kommunikationsmodell von Prakke	30
Abb. 8	Stufenschema von Reimann	32
Abb. 9	Massenkommunikationsprozess nach Reimann	32
Abb. 10	Kommunikationsmodell von Schramm	33
Abb. 11	Kommunikationsmodell von Riley und Riley	34
Abb. 12	Kommunikationsmodell von DeFleur	35
Abb. 13	Kommunikationsmodell von Barnlund	36
Abb. 14	Kommunikationsmodell von Gerbner	37
Abb. 15	Basic Components of the Convergence Model of Communication	38
Abb. 16	Modell des dynamischen Gleichgewichts von Erfahrungen, Einstellungen und Verhalten	40
Abb. 17	Modell gesellschaftlicher Informations- und Kommunikationsbeziehungen im rekonstruktiven Ansatz	41
Abb. 18	Kommunikationsmodell von Galtung und Ruge	59
Abb. 19	Einfluss des Abstraktionsniveaus auf Agenda-Setting-Effekte	64
Abb. 20	Mehrdimensionalität von Themenkategorien	68
Abb. 21	Themendimensionen in Themenanalysen	70
Abb. 22	Zahl der vermischten Themendimensionen	71
Abb. 23	Individuelle Weltbezüge	81
Abb. 24	Individuelle und interpersonale Weltbezüge	83

Abb. 25	Die Weltbezugsproposition	85
Abb. 26	Das Weltbezugsmodell	86
Abb. 27	Hierarchie individueller Weltbezüge	95
Abb. 28	Bezüge zwischen Worten, Kognitionen und Welt	101
Abb. 29	Emotionen als Weltbezüge	104
Abb. 30	Intentionen von Kommunikatoren	127
Abb. 31	Intentionen von Rezipienten	128
Abb. 32	Unterhaltungsformen	135
Abb. 33	Kommunikative Weltbezüge	136
Abb. 34	Sicherheit und Unsicherheit von Weltbezügen	141
Abb. 35	Welten, Weltbezüge und Geltungsansprüche	148
Abb. 36	Ein Modell der Welt	167
Abb. 37	AGIL-Schema nach Parsons	172
Abb. 38	Prototypen von Ereignissen	174
Abb. 39	Beispiel zu Dimensionen der Raumstruktur	177
Abb. 40	Dimensionen der räumlichen Struktur	177
Abb. 41	Räumliche Struktur und Relevanzzuweisung	178
Abb. 42	Dimensionen der Zeitstruktur	178
Abb. 43	Analysedimensionen der Raum-, Zeit- und Sozialstruktur	179
Abb. 44	Die Schweigespirale	188
Abb. 45	Felder der Kommunikationswirkungen	189
Abb. 46	Medialisierung als Medienwirkung	192
Abb. 47	Weltbezüge als Kommunikationswirkung	193
Abb. 48	Beispiele für Weltbezüge als Kommunikationswirkungen	194
Abb. 49	Bezüge auf Weltbezüge als Kommunikationswirkungen	194
Abb. 50	Bezugspunkte individueller Kommunikationswirkungen	201
Abb. 51	Weltbezüge und Bezugspunkte von Kommunikationswirkungen	202
Abb. 52	Direkte und indirekte Weltbezugseffekte	212
Abb. 53	Beschreibungsdimensionen des Wirkungspotenzials von Kommunikation	214
Abb. 54	Forschungsgebiete in Bezug auf mediale Weltbezüge	215
Abb. 55	Varianten der Weltbezugsbewertung	221

Abb. 56	Varianten der Analyse von Weltbezugsbewertungen	222
Abb. 57	Stufen der Kommunikatisierung	236
Abb. 58	Wichtigkeit von Weltbezügen (Differenzierung der abhängigen Agenda-Setting-Variable)	238
Abb. 59	Einflussfaktoren auf die Wichtigkeit eigenen Handelns in Agenda-Setting-Prozessen	240
Abb. 60	Operationalisierung der abhängigen Agenda-Setting-Variable	244
Abb. 61	Faktoranalyse zur Wichtigkeit des Themas Syrienkrise*	246
Abb. 62	Korrelationen zwischen Themenwichtigkeit und Weltbezügen	247
Abb. 63	Mittelwerte der Items zur Themenwichtigkeit (Syrienkrise)	248
Abb. 64	Intendierte Weltbezüge und Mediennutzung	256
Abb. 65	Operationalisierung von Gratifikationen bei Katz/Gurevitch/Haas 1973 (und eigene Ergänzungen)	257
Abb. 66	Nachrichtenfaktoren und Realitätsdimensionen	262
Abb. 67	Struktur der Codierung	275
Abb. 68	Beispielcodierung	279

# Kommunikationswissenschaft



CHRISTOPH KUHLMANN

## **Kommunikation als Weltbezug**

2016, 312 S., 68 Abb., Broschur,  
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-219-4

ISBN (E-Book) 978-3-86962-220-0

Christoph Kuhlmann vertritt in seiner Habilitationsschrift die These, dass sich aus dem Konzept des Weltbezugs eine allgemeine Theorie der Kommunikation entwickeln lässt. Wahrnehmungen, Emotionen, Meinungen, Vorstellungen, Handeln und Verhalten sind Formen des Weltbezugs. Auch wer kommuniziert, teilt seine Weltbezüge (oder die anderer Akteure) mit und bezieht sich so indirekt auf Welt. Aber nicht nur die Inhalte von Kommunikation lassen sich als Bezug auf Welt beschreiben: Obige Kategorien kennen wir auch als Wirkung von (Medien-)Kommunikation. Und so ist mit dem Weltbezugsansatz eine Perspektive gewonnen, aus der sich Absichten von Kommunikationsteilnehmern, Kommunikationsinhalte und Kommunikationswirkungen beschreiben und analysieren lassen. Indem er vor allem Medieninhaltsforschung und Medienwirkungsforschung integriert, eröffnet der Ansatz neue Optionen einer systematischen Verknüpfung von Medieninhalten und ihren möglichen Wirkungen. Theorien wie Agendasetting oder Medialisierung erscheinen in neuem Licht. Aber auch die parallelen Weltbezüge eines Mediennutzers, der (vielleicht) das Medium wahrnimmt, zugleich in der Wohnung handelt, Tagträumen nachhängt und emotionale Bezüge auf den Partner erlebt, hat die Theorie im Blick.

Im Buch wird der Ansatz theoretisch entwickelt und seine Fruchtbarkeit für die Kommunikationsforschung an vielen Beispielen demonstriert.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln  
<http://www.halem-verlag.de>  
[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)