



Röttger, Ulrike/Altmeppen, Klaus-Dieter/Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaft: Eine Einführung in die kommunikativen und medialen Grundlagen der Gesellschaft.

Wiesbaden: Springer VS 2025. 719 Seiten. Preis: € 59,99

Ilka Jakobs

Angenommen: 18. September 2025 / Online publiziert: 29. September 2025
© The Author(s) 2025

719 Seiten stark ist das Einführungswerk in die Kommunikationswissenschaft, das Ulrike Röttger, Klaus-Dieter Altmeppen und Elisabeth Klaus vorgelegt haben. Das ist umfangreicher als die meisten anderen bislang vorliegenden Einführungswerke. Ein Blick ins Inhaltsverzeichnis lässt erahnen, welch umfassende und zeitintensive Tätigkeit die Erstellung eines solches Werkes war – ein Lehrbuch als Herausgeber-Band stellt an Herausgeber:innen und Autor:innen nochmals andere Anforderungen. Die inhaltliche Bandbreite der vertretenen Themen ist groß. Gegliedert ist das Buch in vier Teile: Kommunikative und mediale Grundlagen der Gesellschaft, Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft, Strukturen und Kontexte öffentlicher Kommunikation sowie Prozesse und Praktiken öffentlicher Kommunikation. In insgesamt 15 Kapiteln geht es um alle großen Themenbereiche der Kommunikationswissenschaft. Diese in einem Lehrbuch angemessen zu strukturieren, gleicht einer Herkulesaufgabe. Es gibt sicherlich viele Möglichkeiten der Anordnung, die alle mit gewissen Vor- und Nachteilen einhergehen. Im vorliegenden Buch ist das Ergebnis eine Mischung aus sehr konkreten Kapiteln (zum Beispiel zu „Medienangeboten & Medieninhalten“ oder zu „Medienwirkungen“), andere sind recht abstrakt („Medien, Öffentliche Kommunikation und Gesellschaft“). Die fast durchgängige Verwendung der Begriffe „Medien“ und „öffentliche Kommunikation“ in den Kapitelüberschriften macht zwar sehr klar deutlich, was genau im Fokus des Buchs und auch der Kapitel steht, führt jedoch an manchen Stellen zu Irritationen, da sich die Kapitelnamen dadurch nur leicht und nicht auf den ersten Blick deutlich ersichtlich voneinander unterscheiden („Medien, öffentliche Kommunikation und Gesell-

✉ Dr. Ilka Jakobs

Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Jakob-Welder-Weg 12, 55099 Mainz, Deutschland
E-Mail: ilka.jakobs@uni-mainz.de

schaft“, „Medien, öffentliche Kommunikation und Kulturen“, „Medien, öffentliche Kommunikation und ihre historische Erforschung“).

In den Kapiteln fällt positiv auf, dass trotz der großen Anzahl an Themen die Ausführungen nicht an der Oberfläche verbleiben, sondern angemessen in die Tiefe gehen. Somit bietet das Buch mehr als einen ersten Kurzeinstieg in die behandelten Themen. Die Herausgeber:innen haben stets viel Wert darauf gelegt, alle möglichen Perspektiven zu berücksichtigen, was die Zugänge zum Buch sehr vielfältig macht. Kommunikationswissenschaftliche und medienwissenschaftliche Ansätze stehen nebeneinander, im Einführungskapitel wird ausführlich beschrieben, was die beiden Zugänge charakterisiert. Der gesamte deutschsprachige Raum wird abgedeckt, sowohl Deutschland als auch Österreich und die Schweiz finden Berücksichtigung. Die didaktischen Elemente in den einzelnen Kapiteln ergänzen den Text sinnvoll, es gibt Überblickskästchen, Abbildungen, Take-Home-Messages und ausführliche Literaturlisten zum Weiterlesen.

Im Einführungskapitel der Herausgeber:innen zu Grundlagen und Perspektiven der Kommunikationswissenschaft legen diese mit Ausführungen zur Fachgeschichte, die auch die NS-Zeit ausführlich behandeln, wichtige Grundlagen. Anschließend gehen sie auf die drei Grundbegriffe ein, anhand derer sie das Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft beschreiben – Kommunikation, Medien und Öffentlichkeit. Hier fällt positiv das moderne und zeitgemäße Verständnis der Begriffe und des Faches sowie seiner Gegenstände auf. Die Herausgeber:innen nehmen sich viel Zeit, die Herausforderungen an zum Beispiel den Medienbegriff im digitalen Zeitalter ausführlich zu erläutern und übertragen etablierte Definitionen aus der „alten“ Medienwelt elaboriert und gewinnbringend auf die heutige Medienlandschaft. Dies vereinfacht sicherlich den heutigen Studierenden, die sich seit den Anfängen ihrer Sozialisation in der digitalen Medienwelt bewegen, den Zugang zu den wichtigsten Grundbegriffen des Faches. Auch Themen wie die Rolle von Künstlicher Intelligenz werden aufgegriffen – viele kommunikationswissenschaftliche Grundlagen wurden hier somit einer umfassenden „Aktualitäts-Kur“ unterzogen, wofür die Autor:innen die Werke vieler einzelner Wissenschaftler:innen zusammengetragen und systematisiert haben.

Für Lehrende bietet das Einführungswerk somit den Vorteil großer Aktualität – der Bezug zu unserer heutigen digitalen Medienlandschaft ist stets vorhanden. Bislang vorliegende Einführungswerke stammen oft aus den frühen 2000er-Jahren oder sind noch älter. Natürlich wurden diese Bücher in den aktualisierten Auflagen stets in dieser Hinsicht überarbeitet, aber es macht doch einen Unterschied, wenn neue Entwicklungen in einem solchen Werk von Anfang an mitgedacht wurden. Das Buch ist für Lehrende weiterhin aufgrund der großen Themenvielfalt und der Tiefe der Ausführungen attraktiv.

Für Studierende bietet das Werk einen umfassenden Einblick in (fast) alle Themenfelder der Kommunikationswissenschaft. Das umfangreiche Inhaltsverzeichnis wirkt auf Studierende, die Informationen zu einem bestimmten Thema suchen, vermutlich erst einmal erschlagend. Die Strukturierung der Inhalte ermöglicht es in manchen Kapiteln mit konkreteren Überschriften recht schnell, diese zuzuordnen und zu verstehen, was dort stattfindet – bei abstrakteren Kapitelüberschriften mag das unter Umständen einen kurzen Moment länger dauern. Im Gegensatz zu ver-

gleichbaren anderen Einführungswerken fehlt diesem Buch ein Schlagwort-Register oder -Index, der die Suche nach bestimmten Begriffen für Studierende erleichtert hätte. Da das Buch jedoch auch als E-Book vorliegt, ist hierin diese Suche natürlich auf digitalem Weg möglich.

Die Frage, ob es tatsächlich noch ein Einführungswerk in die Kommunikationswissenschaft braucht, kann klar mit „Ja“ beantwortet werden. Durch die große Aktualität der Inhalte, die sich von der Konzeption an auf die digitale Medienwelt beziehen, legen die Herausgeber:innen ein Werk vor, das über das hinausgeht, was es an Einführungswerken bereits gibt. Das soll keinesfalls die Arbeit und die Verdienste vorheriger Einführungswerke schmälern – zu deren Entstehungszeit hatten viele Entwicklungen, die prägend für die letzten 20 Jahre waren, schlicht und ergreifend noch gar nicht stattgefunden.

Funding Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen. Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Hinweis des Verlags Der Verlag bleibt in Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutsadressen neutral.

Dr. Ilka Jakobs ist Akademische Rätin und Leiterin des Studienbüros Publizistik am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz.