

Theorien der Kommunikationswissenschaft: Bestandsaufnahme und Diskussion

- Zeit/Ort:** 21. – 23. Oktober 2004 in Erfurt (Augustiner-Kloster)
03. – 05. Februar 2005 in Bremen (Universität Bremen)
- Veranstalter:** Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der DGPK
<http://www.medien-soziologie.de>
- Organisation:** Andreas Hepp, Friedrich Krotz, Carsten Winter

Zum Ziel der Tagungen:

Auf der Ebene der Theoriebildung fokussiert sich die Kommunikationswissenschaft auf empirisch abgesicherte Theorien, die ihrerseits auf grundlegendere Theorien Bezug nehmen. Solche empirisch abgesicherten Theorien sind zum Teil innerhalb der Kommunikationswissenschaft entwickelt worden – wie beispielsweise die Kultivierungstheorie, die Theorien medienvermittelter Öffentlichkeit oder Medienrezeptionstheorien. Zum Teil sind sie in Kooperation und Auseinandersetzung mit anderen Wissenschaftsdisziplinen entstanden. Dabei wurden grundlegendere Theorieansätze bspw. der Soziologie, der Psychologie oder der Kulturwissenschaft entlehnt. Die Kommunikationswissenschaft versteht sich in dieser Hinsicht als ‚Querschnittswissenschaft‘ der ‚Informations-‘ und/oder ‚Mediengesellschaft‘: Man kann mit einiger Berechtigung sagen, dass die übernommenen Theorien nicht nur einfach benutzt, sondern auch im Hinblick auf Fragen von Medien und Kommunikation weiter entwickelt wurden. Insgesamt scheint es angesichts der gesellschaftlichen, medialen und der theoretischen Entwicklungen der letzten Jahre aber wichtig, dass die Kommunikationswissenschaft ihren Theoriebestand heute sorgfältig inspiziert, die Teile zueinander in Bezug setzt und ihr Theoriekonvolut weiterentwickelt. Dies muss heute von zwei Ebenen aus geschehen:

Erstens gilt es zu klären, welches die grundlegenden ‚Felder‘ bzw. ‚Diskurse‘ sind, ausgehend von denen die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung erfolgt. Theoriefelder, die hier immer wieder eine zentrale Rolle spielen, sind beispielsweise Handlungstheorien, Systemtheorien, der Konstruktivismus, kritische Theorien oder Kulturtheorien. Dabei kann es gegenwärtig wohl kaum darum gehen zu versuchen, *eine* ‚Basistheorie‘ der Kommunikationswissenschaft zu bestimmen. Stattdessen ist es aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive die zentrale Frage, was welcher dieser Theoriediskurse dafür geleistet hat, den Gegenstand einer weit definierten Kommunikationswissenschaft – nämlich mediale Kommunikation in all ihren Schattierungen und Kontextualisierungen – sowohl theoretisch als auch empirisch zu fassen und was dieser Theoriediskurs darüber hinaus für die Zukunft leisten kann. Hier ist auch von Interesse, welche dieser Theorien wie zu einer Theorie der Kommunikationswissenschaft wurde und welche Weiterentwicklung sie in diesem Fach erfahren hat.

Zweitens geht es um die originär kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung, die keineswegs nur für das Fach selbst von Interesse ist, sondern auch für weitere universitäre Disziplinen anschlussfähig sein und mit den anderen Disziplinen vernetzt werden muss. Zu denken ist hier beispielsweise an so unterschiedliche Theoriefelder wie das der Medienökonomie, des Medienwandels, der Medienpolitik, des Journalismus, der inter- und transkulturellen Kommunikation, der Medienethik, der digitalen Medien, der Medienrezeption sowie von Medien und Geschlecht. In dieser zweiten Perspektive auf Theorien muss es also darum gehen, eine (selbst)kritische Bestandsaufnahme von originär kommunikationswissenschaftlichen Theorien zu leisten, dabei aber auch auf das Potenzial eben dieser Theoriebildung über die Kommunikationswissenschaft hinaus einzugehen.

Insgesamt sollen auf dem Workshop über diese beiden grundlegenden Perspektiven hinweg folgende Fragen diskutiert werden:

- Was sind die Leistungen, Anschlusspotenziale aber auch mögliche Grenzen bisheriger kommunikationswissenschaftlicher Theorienbildung?
- Welche grundlegenden Theoriefelder sind für die Kommunikationswissenschaft zentral? Was ist hier das Potenzial eines jeden dieser Felder aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive und wie wirkt diese Perspektive auf diese Theoriefelder zurück?
- Wie lassen sich die im Rahmen der Kommunikationswissenschaft entwickelten Theorien ordnen, in Bezug zueinander setzen und zur Vernetzung mit den anderen sozial- und kulturwissenschaftlichen Disziplinen verwenden?
- Wie kann ein multiperspektivischer kommunikationswissenschaftlicher Theoriendiskurs jenseits der Vorstellung einer herausragenden oder gar holistischen ‚Basistheorie‘ des Fachs aussehen? Was ist der Gewinn eines solchen multiperspektivischen Theorienverständnisses? Worauf beruht ein solcher Diskurs erkenntnistheoretisch und methodisch? Und wie grenzt es sich gegenüber Alltagstheorien ab?
- Wie soll kommunikationswissenschaftliche Theorienbildung erfolgen? Insbesondere in welcher Beziehung stehen die Theorie und die Empirie des Fachs? Was sind hier die Relationen von Theorien und dem Wandel von Kommunikation bzw. Medien?
- Wo liegen die Perspektiven zukünftiger kommunikationswissenschaftlicher Theorienbildung?

Diese und weitere relevante Fragen sollen als Ausgangspunkte genommen werden, um eine Bestandsaufnahme und Diskussion von Theorien der Kommunikationswissenschaft zu leisten.

Theorien der Kommunikationswissenschaft: Bestandsaufnahme und Diskussion Teil 1 – Basistheorien der Kommunikationswissenschaft

Zeit/Ort: 21. – 23. Oktober 2004 in Erfurt (Augustiner-Kloster)

Donnerstag, 21.10.04

ab 19:00 *Get Together im „Schildchen“
(Tel. (03 61) 5 40 22 90, 99084 Erfurt, Schildgasse 3)*

Freitag, 22.10.04

9:00 Begrüßung

Kritische Sozialtheorien als Basistheorien 1 (Moderation: Achim Baum)

9:30 *Kurt Imhof:*
Mediengesellschaft und Media(l/t)isierung: Zur Erweiterung des Gegenstandsbereichs der Publizistikwissenschaft und zur Wiederaneignung der Klassiker

10:00 Diskussion

10:15 *Kaffeepause*

Handlungs- und Kulturtheorien als Basistheorien (Moderation: Udo Göttlich)

10:45 *Friedrich Krotz*
Handlungstheorien und Kommunikationsforschung

11:15 *Andreas Hepp*
,Kulturtheorien‘ und Kommunikationswissenschaft

12:00 *Mittagessen*

14:00 *Johannes Raabe*
Kommunikation und Konstruktion unter den Bedingungen sozialer Praxis. Ein praxistheoretischer Beitrag zu einer reflexiven Kommunikationsforschung

14:30 Diskussion

15:00 *Kaffeepause*

Systemtheorien als Basistheorien (Moderation: Armin Scholl)

- 16:00 *Andreas Ziemann*
Kommunikationstheorie als Gesellschaftstheorie
- 16:30 *Alexander Görke*
Das System der Massenmedien revisited: Entwicklung und Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation
- 17:00 Diskussion
- 18:00 *Abendessen*
- ab 20:00 *Geselliges Beisammensein im „Zum Goldenen Schwan“
(99084 Erfurt, Michaelisstr. 9)*

Samstag, 23.10.04**Ökonomische Theorien als Basistheorien (Moderation: Irene Neverla)**

- 9:00 *Manfred Knoche*
Kritik der politischen Ökonomie der Medien als eine Basistheorie der Kommunikationswissenschaft
- 9:30 *Matthias Karmasin*
Medienökonomische Beiträge zur kommunikationswissenschaftlichen Heuristik: Zwischen Pragmatik und Kritik
- 10:00 Diskussion
- 10:30 *Kaffeepause*

Strukturierungstheorien als Basistheorien (Moderation: Christoph Neuberger)

- 11:00 *Gabriele Siegert/Klaus-Dieter Altmeyen*
Medienreputation und Medienorganisation. Vom Ende der Bescheidenheit in der medienökonomischen Theoriebildung
- 11:30 *Patrick Donges*
Medien als Strukturen und Akteure. Plädoyer für eine Mesoperspektive als zentrales Theoriefeld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- 12:00 Diskussion
- 12:30 Zwischenfazit
- 13:30 Tagungsende

Theorien der Kommunikationswissenschaft: Bestandsaufnahme und Diskussion Teil 2 – Theoriediskussionen der Kommunikationswissenschaft

Zeit/Ort: 03. – 05. Februar 2005 in Bremen (Universität Bremen)

Donnerstag, 03.02.05

ab 19:00 Get Together („ALEX Am Domshof“, Am Domshof 16, 28195 Bremen, Straßenbahnlinie 6, Haltestelle Schlüsselkorb (Glasbau hinter/vor dem Dom, obere Etage, zu Fuß in 5-10 Minuten vom Bahnhof und den Hotels zu erreichen)

Freitag, 04.02.05

9:00 Begrüßung, Präsentation des Zwischenfazit von Teil 1

Kritische Sozialtheorien als Basistheorien 2

9:30 *Stefan Müller-Doohm:*
Kritische Theorie und Kommunikationsforschung

10:00 Diskussion

10:15 *Kaffeepause (Tagungsraum)*

Theorien des Medienwandels als Basistheorien

10:45 *Irene Neverla:*
Neue Medien und Medienwandel

11:15 *Rudolf Stöber:*
Der Nutzen von Evolutions- und Innovationstheorien für die Kommunikationswissenschaft

12:00 *Mittagessen (Mensa)*

13:00 *Carsten Winter:*
Medienwandel und Kulturwandel

13:30 Diskussion

Von Basistheorien zu Theorien der Kommunikationswissenschaft

- 14:00 *Jens Wolling:*
Das Modell der soziologischen Erklärung als Grundlage für die kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung
- 14:30 *Anne-Katrin Arnold/Beate Schneider:*
Freud und Leid der Vernetzung interdisziplinärer Theorien am Beispiel des sozialen Kapitals
- 15:00 *Udo Göttlich:*
Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung. Handlungs- und praxistheoretische Aspekte der Rezeptionsanalyse
- 15:30 Diskussion
- 16:00 *Kaffeepause (Tagungsraum)*

Theoriediskussion der Kommunikatorforschung

- 16:30 *Christoph Neuberger:*
Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie
- 17:00 *Carsten Reinemann:*
Journalismus als „rationales“ Handeln. Das kommunikationswissenschaftliche Potential von Theorien rationalen Handelns am Beispiel der Journalismusforschung
- 17:30 *Achim Baum:*
Zur Rationalität journalistischen Handelns: Ein Problemaufriss
- 18:00 Diskussion
- 19:00 Sitzung der FG Soziologie der Medienkommunikation (Tagungsraum)
- ab 20:30 *Abendessen und geselliges Beisammensein (Bremer Ratskeller, Schoppensteell 1, 28195 Bremen, Tel. 0421-321676)*

Samstag, 05.02.05
Theoriediskussion der inter- und transkulturellen Medienforschung

- 9:00 *Oliver Zöllner:*
„Cultural Citizenship“, „Integrationskanal“ und Perspektiven interkultureller Kommunikation
- 9:30 *Stefanie Averbek:*
Kommunikationstheorien in Frankreich 1975-2004: Der Epistemologische Diskurs der „Sciences de l’information et de la communication“
- 10:00 *Kaffeepause (Tagungsraum)*

- 10:30 *Sonja Kretzschmar:*
Theorien des inter- und transkulturellen Vergleichs
- 11:00 Diskussion
- 11:45 *Mittagessen (Restaurant Haus am Walde)*

Theoriediskussion der Medienkulturforschung

- 13:15 *Margreth Lünenborg:*
Journalismus als kultureller Prozess – Plädoyer für eine integrative Journalistik
- 13:45 *Stephan Alexander Weichert:*
Krisenberichterstattung als Ritual? Medienereignisse und Kulturtheorie
- 14:15 Diskussion
- 14:45 Schlussdiskussion
- 15:30 Tagungsende

Theorien der Kommunikationswissenschaft: Abstracts

Anne-Katrin Arnold & Beate Schneider

Die Vernetzung interdisziplinärer Theorien am Beispiel des sozialen Kapitals

Eine ständige Auseinandersetzung mit der Übernahme von Theorien auf Meta- und Mesebene aus angrenzenden Wissenschaften ist insbesondere in einer Hybriddisziplin wie der Kommunikationswissenschaft nötig, um eine Selbstreflexion des Faches und auf diesem Wege eine Weiterentwicklung des Theorienkanons, ob übernommen oder eigen entwickelt, zu gewährleisten. Häufig werden in Fächern, die nur wenige eigene Theorien vorzuweisen haben, große und populäre Ansätze aus benachbarten Wissenschaften übernommen, beforscht und ggf. angepasst. Ob diese Vorgehensweise immer sinnvoll und gewinnbringend ist, ist durchaus diskussionswürdig. Wir haben die Fruchtbarkeit der Vernetzung genuin kommunikationswissenschaftlicher Theorien mit soziologischen, politischen oder ökonomischen Ansätzen am Beispiel der in Nachbardisziplinen viel diskutierten Theorie des sozialen Kapitals überprüft. Das Konstrukt „Sozialkapital“ beschreibt und benennt die Ressourcen, die einem Menschen durch (u.a. kommunikative) Vernetzung mit anderen Menschen zur Verfügung stehen. Das Konzept wird in der Soziologie, Politologie und Ökonomie seit langem ausführlich diskutiert, hat seinen Weg aber noch nicht in die deutsche Kommunikationswissenschaft gefunden. Amerikanischen Untersuchungen zu dieser Thematik fehlt eine theoretische Systematisierung sowohl im Hinblick auf eine einheitliche konzeptuelle Basis als auch auf die Bildung von Hypothesen über den Zusammenhang zwischen medialer Kommunikation und sozialem Kapital.

Eine solche theoretische Grundlage lässt sich herstellen, systematisiert man in einem ersten Schritt die genuinen Ansätze unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen und deriviert aus ihnen eine für die Kommunikationswissenschaft sinnvolle Definition sozialen Kapitals. Die implizit und explizit in den existenten Ansätzen hergestellten Bezüge zur (Massen)Kommunikation lassen sich in einem zweiten Schritt zu einem Modell des Zusammenhangs zwischen der Nutzung klassischer und neuer Medien und dem Sozialkapital zusammenfassen. Die umstrittene Theorie der „Videomalaise“ erklärt am ehesten den Zusammenhang zwischen der Nutzung von Massenmedien und sozialem Kapital. Theoretische Ausführungen und empirische Analysen zum Internet bilden die Grundlage für eine Erweiterung der Perspektive auf die so genannten neuen Medien.

Ergebnis des Versuches der Verbindung soziologischer, politischer und ökonomischer Theorien mit kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen führt zu einem durchaus nachvollziehbaren Modell. Dennoch fällt auf, dass das derivierte Modell trotz Integration bestehender Arbeiten aus anderen Disziplinen eher unspezifisch bleibt und nicht die Klarheit und Präzision erreicht, die man kommunikationswissenschaftlichen Theorien mittlerer Reichweite durchaus zurechnen kann. Insbesondere der Versuch, das theoretische Modell empirischer Arbeit zugrunde zu legen, ist in weiten Teilen an den unspezifischen Grundlagen gescheitert. Das Modell lässt sich nur unzureichend und mit großen Schwierigkeiten operationalisieren, die theoretisch konstatierten Zusammenhänge mit der Nutzung von neuen Medien und Massenmedien sind schwach und bescheren wenig neue Einsichten. Ist also der Griff nach theoretischen „Sternen“ unserer Nachbardisziplinen unbedingt empfehlenswert oder bringt eine Konzentration auf die Entwicklung genuiner Theorien der Kommunikationswissenschaft mehr Fortschritt für das Fach?

Stefanie Averbek

Kommunikationstheorien in Frankreich 1975-2004: Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication (SIC)

Folgenden Fragestellungen und Dimensionen des epistemologischen Diskurses der *Sciences de l'information et de la communication (SIC)* wird nachgegangen:

1. Welche Forschungsfelder hat Kommunikationswissenschaft in Frankreich, von welchen Basisdisziplinen leitet sie sich her, wie entwickelte sich die Theoriebildung?
2. Wie charakterisiert sich die Binnenwahrnehmung der französischen SIC mit Blick auf die „internationale Kommunikationswissenschaft“, insbesondere die amerikanische, aber auch die europäische, respektive deutsche?
3. Lassen sich die Formalobjekte deutscher und französischer Kommunikationswissenschaft komparativ betrachten? Inwiefern?

Die Anerkennung der SIC durch die französische Wissenschaftsadministration im Jahre 1975 erfolgte im internationalen Vergleich spät. Der „Zeitpunkt“ der Institutionalisierung ist indes nicht zu eng zu fassen, sondern als Markstein innerhalb eines Prozesses: Es gibt Vorläufer der SIC, also auch Vorläufer-Diskurse. Während die deutsche Kommunikationswissenschaft, aus der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft kommend, sich vorrangig mit öffentlicher, massenmedial vermittelter Kommunikation befasst, legen die französischen Wissenschaftler einen umfassenden Begriff sozialer oder humaner Kommunikation („communication sociale“) zugrunde, der elementar auf sprachphilosophischen, semiologischen und anthropologischen Prämissen gründend, generell nach Sinnvermittlung durch Kommunikationsprozesse (über massenmediale hinaus) fragt. Zugleich sind kybernetisch-informationswissenschaftliche Richtungen in den SIC traditionell stark. Auch diese aber sind einer Kritik der mathematischen Informationstheorie aus der Sicht humanwissenschaftlicher Perspektiven verpflichtet. Insgesamt führte die unterschiedliche Fach- und Theoriengeschichte zu einer markant differenten Ausdifferenzierung der Formalobjekte deutscher und französischer Kommunikationswissenschaft.

Die theoretischen Strömungen der französischen Ansätze münden heute u.a. in den „constructivisme social“. Dieser speist sich zwar einerseits – wie konstruktivistische Ansätze in Deutschland – aus der Kybernetik, der Neurophysiologie, der Kognitionsbiologie und der Allgemeinen Systemtheorie (allerdings wird Niklas Luhmann so gut wie nicht rezipiert), unterliegt jedoch einem viel stärkeren Einfluss der Sprachphilosophie und Semiotik als in Deutschland etwa der „radikale Konstruktivismus“.

Literatur

- Robert Boure (Ed.) (2002): *Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*. Paris: Presses universitaires de Septentrion.
- Yves Jeanneret/Bruno Ollivier (Eds.) (2004): *Les Sciences de l'information et de la communication. Savoirs et pouvoirs*. Paris: CNRS Editions (= Hermès, No. 38).
- Jean-Louis Le Moigne (2002): *Le constructivisme. Tome 2 (L'épistémologie de l'interdisciplinarité)*. Paris: L'Harmattan.

Achim Baum

Zur Rationalität journalistischen Handelns: Ein Problemaufriss

Oberflächlich betrachtet, erlebt der Handlungsbegriff in der Journalismusforschung eine Renaissance. Das Potenzial der Theorien des *sozialen* Handelns ist damit allerdings noch lange nicht gehoben.

Schon Max Weber hat den zentralen Stellenwert des Begriffs für die Soziologie herausgearbeitet: Er machte klar, dass eine *Theorie des sozialen Handelns* intersubjektiv und prozessorientiert angelegt ist und ohne Verweis auf die Rationalität gesellschaftlicher Entwicklungen nicht auskommt. Talcott Parsons brachte die Handlungstheorie auf die Höhe einer modernen Gesellschaftstheorie, in der die institutionalisierten Folgen zweckrationaler Handlungszusammenhänge zu sozialen Systemen gerinnen. George Herbert Mead trug die Sprachanalyse an die Gesellschaftstheorie heran und schuf ein Verständnis des sozialen Rollenverhaltens, in dem die gegenseitigen Erwartungen als ein von Normen geleitetes Handeln verzurrt sind.

Weil sie die Wechselseitigkeit sozialer Beziehungen und die interaktive Entwicklung gemeinsamer Handlungsziele in den Mittelpunkt ihrer Theorien stellten, wurden diese, aus der Sicht individueller Kommunikationsleistungen konzipierten Entwürfe, in der deutschsprachigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft mit Handlungstheorien überhaupt identifiziert und in Opposition gesetzt zum begrifflich hoch-komplexen Funktionalismus. Ihres gesellschaftstheoretischen Anspruchs waren sie damit allerdings beraubt. Die Theorien des *sozialen* Handelns schrumpften aus dieser Perspektive auf einen diffusen Begriff individuell intendierter Handlungen zusammen. So blieb auch der Blick auf die Anknüpfungspunkte an eine *Theorie des kommunikativen Handelns* (Habermas 1981) getrübt. Sie setzt bei der *Koordinierung* des sozialen Handelns kommunikativ kompetenter Subjekte an und verpflichtet die Gesellschaftstheorie auf beide Perspektiven gleichzeitig, auf eine lebensweltliche und auf eine systemische Seite der Betrachtung. Dann nämlich treten die *Sozialintegration* (durch Sprache) und die an generalisierte Kommunikationsformen (Einfluss und Wertbindung) sowie entsprechliche Steuerungsmedien (Geld und Macht) gebundene *Systemintegration* gesellschaftlich zueinander in Konkurrenz.

Gerade in der Journalismusforschung bricht dieses Problem gegenläufiger Rationalisierungen quasi von innen auf. Jedoch verhinderten vor allem historische Gründe die Berücksichtigung handlungsrationaler Prämissen. Eine wesentliche Hypothek, die der Journalismusforschung lange den Blick auf das journalistische Handeln verstellte, war der 'traditionelle Praktizismus' (Manfred Rühl) Emil Dovifat's. Dovifat verstand das Fach als 'normsetzende Wissenschaft', die sich in erster Linie mit der korrekten 'Gesinnung' jener 'publizistischen Persönlichkeiten' zu befassen habe, die öffentlichen Einfluss nehmen. Nicht zuletzt aus seiner zutreffenden Kritik an dieser Auffassung schöpfte der Funktionalismus Manfred Rühls seine starke Überzeugungskraft und schuf den theoretisch dominierenden "Journalismus ohne JournalistInnen" (Baum 1994: 322 ff.). Wer den Journalismus in seinen Funktionen allerdings auf die 'Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation' (Rühl) begrenzt, nimmt ihm jene 'Unberechenbarkeit' (Weischenberg), mit der er diese Grenzen – gerade im Namen einer funktionsfähigen öffentlichen Kommunikation – immer wieder überschreiten muss. Davor schrecken auch jene Autoren zurück, die in jüngster Zeit der 'systemtheoretischen Halbierung' (Neuberger) des Journalismus entgegenzutreten versuchen. Denn noch immer bedeutet journalistisches Handeln hier "institutionelles Handeln", Dreh- und Angelpunkt

der "journalistischen Produktionshandlungen" (Bucher) bleibt die Redaktion, deren Funktionen und Zwecke den Rahmen für die Intentionen von Einzelhandlungen zur Verfügung stellen.

So werden Handlungen auch in der jüngsten Journalismusforschung nach wie vor entweder auf die Intentionen individueller Handlungsmuster oder deren Folgen reduziert. Die genuine Rationalität der mit sozialem Handeln verbundenen Integrations- und Lernprozesse, die den Kern soziologischer Handlungstheorien ausmacht, bleibt unterbelichtet, journalistisches Handeln in seiner Bedeutung für die gesellschaftliche Kommunikation damit nur halb verstanden.

Literatur:

- Baum, Achim (1994): Journalistisches Handeln. Eine kommunikationstheoretisch begründete Kritik der Journalismusforschung. Wiesbaden/Opladen
 Habermas, Jürgen (1981 a): Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. 1: Handlungsrationale und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt/M.

Patrick Donges

Medien als Strukturen und Akteure: Plädoyer für eine Mesoperspektive als zentrales Theoriefeld der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Massenmediale Kommunikation setzt die Existenz von Organisationen voraus und ist wesentlich durch die Formen ihrer Organisiertheit geprägt. Organisationen sind Voraussetzung wie auch Motor für Prozesse funktionaler Differenzierung und bilden eine Mittlerrolle zwischen Individuum und Gesellschaft. Gleichwohl verwundert es, dass die von Theis-Berglmaier bereits vor zehn Jahren formulierte These von Organisationen als „vernachlässigter Größe in der Kommunikationswissenschaft“ immer noch Gültigkeit zu besitzen scheint (vgl. u.a. Theis-Berglmaier 1999: 71). Der Beitrag verfolgt das Ziel, die Relevanz einer theoretischen Perspektive zu diskutieren, die Medien vorrangig als formale Organisationen bzw. korporative Akteure und als Struktur für andere gesellschaftliche Organisationen begreift. Es wird dafür plädiert, Organisations- und Akteurtheorien als grundlegende Theoriefelder auch der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vermehrt zu erschließen.

Organisationen sind nach diesem Verständnis Systeme organisierten Handelns, die das Handeln von Akteuren strukturieren und sich durch das Handeln dieser Akteure reproduzieren. Medien sind damit sowohl Strukturen als auch Akteure, sowohl handlungsfähig als auch handlungsprägend. Handeln und Strukturen, die scheinbar gegensätzlichen Pole sozialwissenschaftlicher Theoriebildung, stehen damit nicht konkurrierend einander gegenüber, sondern setzen sich wechselseitig voraus: Akteure handeln in Strukturen, die sie durch ihr Handeln reproduzieren. Strukturen, von Giddens definiert als Regeln und Ressourcen, sind den handelnden Akteuren nicht äusserlich, sondern sowohl Medium wie Ergebnis der Praktiken, die sie rekursiv organisieren (vgl. Giddens 1995: 77).

Was sind die Potenziale dieses Theoriefeldes? Folgende (vorläufig formulierte) Thesen wären zu diskutieren:

Funktionale Teilsysteme wie das Mediensystem konstituieren sich anhand eines speziellen Sinns, der sich in der Wahrnehmung und der Handlungslogik von Akteuren manifestiert. Sie

können daher auch unterschiedliche Grade der Autonomie und Geschlossenheit aufweisen, und die Handlungslogik sozialer Systeme ist historisch veränderbar.

Funktionale Differenzierung, etwa des Mediensystems, sind „nur als Ergebnis von Interessen- und Einflusskonstellationen gesellschaftlicher Akteure im Rahmen funktionaler Erfordernisse gesellschaftlicher Reproduktion angemessen rekonstruierbar“ (Schimank 1985: 422). Medien sind nicht nur Vermittler, sondern Akteure mit eigenen Interessen, die auf ihre Umwelt Einfluss zu nehmen versuchen.

Medien und Gesellschaft stehen in einem Verhältnis rekursiver Strukturierung zueinander. Der Einfluss der Medien in der und auf die Gesellschaft, etwa in Form einer Medialisierung, wäre empirisch rekonstruierbar als Veränderungen von Regeln und Ressourcen für andere Akteure, d.h. Medienakteure wirken durch ihr Handeln auch auf andere Akteure strukturierend.

Damit könnte die Stärkung einer Mesoperspektive, die Medien als Akteure und Strukturen begreift, helfen, Lücken zwischen der Makro- und Mesoperspektive wie auch zwischen einer Handlungs- und Systemtheorie zu schließen und Erkenntnisse beider Paradigmen fruchtbar zu machen.

Literatur

- Giddens, Anthony (1995): Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung. (3. Aufl., zuerst Cambridge 1984) Frankfurt/M., New York: Campus.
- Schimank, Uwe (1985): Der mangelnde Akteurbezug systemtheoretischer Erklärungen gesellschaftlicher Differenzierung - Ein Diskussionsvorschlag. In: Zeitschrift für Soziologie 14, 6, S. 421-434.
- Theis-Berglmair, Anna M. (1999): Die Grundlagen der Organisationsforschung in der Medienwissenschaft. In: Leonhard, Joachim-Felix et al. (Hrsg): Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 1. Teilband. Berlin, New York: Walter de Gruyter, S. 70-82.

Udo Göttlich

Die Kreativität des Handelns in der Medienaneignung. Handlungs- und praxistheoretische Aspekte der Rezeptionsanalyse

Es gehört mittlerweile zur allgemein geteilten Auffassung, dass sich die Medienrezeption und -nutzung als aktiver Prozess bzw. als Aktivität des Publikums beschreiben und begreifen lässt. Vergleicht man allerdings den im Uses and Gratifications Approach angelegten Aktivitätsbegriff mit demjenigen in den Cultural Studies sowie interpretativen Ansätzen, so trifft man auch auf deutliche Unterschiede vor allem in der handlungstheoretischen Grundierung. Wie Medienrezeption zu fassen ist, welche Handlungsweisen dabei in den Blickpunkt treten und welche Perspektive auf Aneignungsprozesse sich ergibt, hängt nicht zuletzt von der handlungs- und praxistheoretischen Auskleidung und Fassung der Interaktions- und Aktivitätsbegriffe selber ab. Und gerade auf diesem Gebiet haben sich innerhalb der soziologischen Theoriebildung eine Reihe an Entwicklungen ergeben, mit denen die Konzepte der Wirkungs- und Rezeptionsforschung bislang nicht vermittelt sind.

Zugleich fehlt auch eine Theoriegeschichte zu den vielfältigen bisherigen Entwicklungen, was nicht ohne Konsequenzen ist, wie sich insbesondere an den weithin unreflektierten handlungstheoretischen Implikationen der Wirkungs- und Rezeptionsforschung zeigen läßt. So ist etwa

das mitunter schwierige, in jedem Fall aber wechselvolle Verhältnis von Wirkungs- und Rezeptionsforschung bislang nicht vor dem Hintergrund der Fachgeschichte und der erfolgten Bezugnahme auf sozialwissenschaftliche, vorwiegend soziologische Positionen aufgeklärt. Und das gilt auch für die im letzten Jahrzehnt als Erweiterung hinzugekommenen Cultural Studies sowie weiteren interpretativen und praxistheoretischen Ansätzen und Positionen, die sich auf Interaktion und Aktivität beziehen.

Mit diesem Beitrag verfolge ich eine praxistheoretische Einordnung und Interpretation der zwischen Nutzenansätzen und den Cultural Studies vorliegenden Aktivitätsbegriffe mit ihren Handlungsvorstellungen. Der im Zuge dieser Diskussion und Rekonstruktion zu konturierende und zu präzisierende Handlungsbegriff versucht eine Annäherung an die Rahmenbedingungen von Rezeptionsprozessen, mit denen die kulturellen Bedeutungsproduktionen gesellschaftlicher Gruppen sowie Einzelner als kreative Praxis verbunden sind. Mit dieser praxistheoretisch zu bewältigenden Aufgabenzuschreibung steht mehr auf dem Spiel, als die bewussten Rezeptionsstrategien von Rezipienten oder die Rolle unbewusster Rezeptionsmuster mit quantitativen Moden zu klassifizieren. Es ist auch und zuallererst zu klären, von welchem Handlungsbegriff die Rezeptionsforschung ausgeht, kurz, wie sich die soziologische "Basis-theorie" vor dem Hintergrund ihrer aktuellen kreativitätsorientierten Weiterentwicklung für eine kommunikationswissenschaftliche Anwendung anbietet.

Literatur:

- Göttlich, Udo (2001): Zur Kreativität der Medienrezeption. Eine theoretische Skizze zu Aspekten und Problemen einer handlungstheoretischen Modellierung der Medienkommunikation, in: Rössler, Patrick; Hasebrink, Uwe; Jäckel, Michael (Hrsg.), Theoretische Perspektiven der Rezeptionsforschung, München, S.121-135.
- Hörning, Karl. H.; Reuter, Julia (2004): Doing Culture. Zum Begriff der Praxis in der gegenwärtigen soziologischen Theorie, Bielefeld: im Erscheinen
- Joas, Hans (1992): Die Kreativität des Handelns. Frankfurt a.M.

Alexander Görke

Das System der Massenmedien revisited: Entwicklung und Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation

Luhmanns System der Massenmedien (vgl. Luhmann 1996) hat inner- wie außerhalb der Kommunikationswissenschaft große Resonanz hervorgerufen (vgl. überblicksartig Weischenberg 2000). Gerade von kommunikationswissenschaftlicher Seite wurden zentrale Leitideen des Luhmannschen Entwurfs indes auch dezidiert kritisiert. Vor dem Hintergrund dieser Kritik ist es zentrales Anliegen des vorliegenden Beitrags, Journalismus, Werbung, PR und Unterhaltung zum einen als Leistungssysteme öffentlicher Kommunikation zu beschreiben und zum anderen voneinander abzugrenzen.

Das Bezugsproblem des Funktionssystems Öffentlichkeit besteht in der Ermöglichung der Beobachtung von Beobachtung folgenreicher Sinn Grenzen in der Gesellschaft, die sich als Synchronisationsfunktion kennzeichnen lässt. Öffentliche Kommunikation gewinnt ihre Identität durch das generalisierte Kommunikationsmedium der Aktualität. Journalismus wird hierbei durch den Präferenzwert des Codes (+ aktuell), Unterhaltung durch den Reflexionswert

öffentlicher Kommunikation (– aktuell) dirigiert (vgl. Görke 2002). Im Unterschied dazu, so die Annahme, erfüllen Werbung und PR die Synchronisationsfunktion öffentlicher Kommunikation, indem sie die Gesellschaft mit Selbstbeobachtungsofferten versorgen. Beide lassen sich zudem mit Hilfe der Theoriefigur des operativen Displacements und durch ihre Orientierung auf den Präferenz- (PR) bzw. Reflexionswert (Werbung) öffentlicher Kommunikation voneinander wie von den Fremdbeobachtungsofferten öffentlicher Kommunikation unterscheiden. Zu diskutieren wäre hier, ob es sich bei der Unterscheidung, die operatives Displacement trifft, um eine hinreichende, aber nicht notwendige Differenzierung handelt, die unter Umständen angemessener für die Beobachtung intrasystemischer als intersystemischer Ausdifferenzierungsprozesse eingesetzt werden kann. Der Beitrag schließt mit der Vorstellung einer Matrix, die die Einheits- und Differenzkriterien benutzt, um die vier Dimensionen, die vier Leistungssysteme im Funktionssystem Öffentlichkeit zu verorten.

Literatur:

Görke, Alexander (2002): Journalismus und Öffentlichkeit als Funktionssystem. In: Scholl, Armin (Hrsg.): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: 69-90.

Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen.

Weischenberg, Siegfried (2000): Luhmanns Realität der Massenmedien. Zu Theorie und Empirie eines aktuellen Objektes der Systemtheorie, in: Helga Gripp-Hagelstange (Hrsg.): Niklas Luhmanns Denken. Interdisziplinäre Einflüsse und Wirkungen, München: 157-178.

Andreas Hepp

„Kulturtheorie“ und Kommunikationswissenschaft: Perspektiven einer kulturtheoretisch orientierten Medien- und Kommunikationsforschung

„Kulturtheorie“ hat spätestens seit dem so genannten „cultural turn“ in den Sozialwissenschaften einen gewissen Boom. Hierfür steht nicht nur, dass der einzige sich einem Theoriediskus widmende „Key Concepts“-Band von Routledge Schlüsselkonzepte der Kulturtheorie vorstellt. Daneben sind in den letzten Jahren verschiedene englischsprachige Einführungen zur Kulturtheorie entstanden. Doch was verbirgt sich im Detail hinter diesem Schlagwort der „Kulturtheorie“? Und inwieweit stellen „Kulturtheorien“ zentrale „Basistheorien“ der Kommunikationswissenschaft dar? Es sind letztlich diese beiden Fragen, die im Rahmen meines Beitrags behandelt werden sollen.

Hierzu wird in einem ersten Abschnitt der Begriff der „Kulturtheorie“ kritisch diskutiert und dabei heraus gearbeitet, dass es sich bei diesem letztlich um einen Sammelbegriff für verschiedene kulturtheoretische Traditionen handelt. Man kann also allenfalls von einer mit dem „cultural turn“ an Relevanz gewonnenen „kulturtheoretisch orientierten Forschung“ sprechen anstatt von *einer* Kulturtheorie im Singular. Hierauf aufbauend werden in einem zweiten Abschnitt verschiedene Felder der kulturtheoretischen Diskussion skizziert, die im Hinblick auf den ihnen zugrunde liegenden Kulturbegriff differenziert werden können und aus unterschiedlichen Gründen als zentral für die Kommunikationswissenschaft gelten müssen. Diese Skizze

soll in einem dritten Teil zum Anlass genommen werden aufzuzeigen, dass da, wo die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft ‚Kulturtheorie‘ aufgriffen hat, dies einerseits immer wieder in der Perspektive einer funktionalistischen Tradition geschehen ist, andererseits falls andere Traditionen aufgegriffen wurden, dies in der Tendenz in Bezug auf spezifische Fragestellungen und einzelne Problemfelder geschehen ist. Vor diesem Hintergrund erscheint es evident, dass die Möglichkeiten von spezifischen kulturtheoretischen Überlegungen als basistheoretische Entwürfe der Kommunikationswissenschaft bisher noch nicht wirklich ausgelotet sind. Kulturtheorien haben wesentlich mehr zu bieten, als die Kommunikationswissenschaft bisher aufzugreifen bereit war. Gleichzeitig sollte sich eine ‚kulturtheoretisch orientierte‘ Kommunikationsforschung insbesondere anhand von deren (kritischen) Forschungsbeiträgen messen lassen. Insofern kann es hier nicht einfach um ‚Theorietransfer‘ gehen, sondern vielmehr um eine ‚kulturtheoretische Tradition‘ als Teil der Kommunikationswissenschaft. Vor diesem Hintergrund ist auch die Diskussion um Cultural Studies als einem u.a. in der Kommunikationswissenschaft bestehenden Projekt zu sehen.

Literatur:

- Edgar, A. & Sedgwick, P. (Hrsg.) (1999): Key Concepts in Cultural Theory (Key Concepts Series). London u.a.: Routledge.
- Hepp, A. (2004): Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung. [Bd. 1 Reihe „Medien - Kultur - Kommunikation“]. Wiesbaden: VS.
- Storey, J. (2001): Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction. Third Edition. London, New York u.a.: Prentice Hall.

Kurt Imhof

Mediengesellschaft und Media(l)tisierung: Zur Erweiterung des Gegenstandsbereich der Publizistikwissenschaft und zur Wiederaneignung der Klassiker

Vor dem Hintergrund der aktuellen Theoriedebatte ist von Interesse in einem ersten Schritt die Ausgangsbasis sozialwissenschaftlicher Beschäftigung mit öffentlicher Kommunikation bei den Klassikern zu beobachten. Der erste Teil des Beitrages wird deshalb die Kategorie Öffentlichkeit und die entsprechenden analytischen Bezüge bei Klassikern wie Marx, Weber, Tönnies und Mannheim herausarbeiten (1).

Im zweiten Teil interessieren dann die analytischen (nicht die ereignisgeschichtlichen) Gründe für die reduktionistische Orientierung der Kommunikationswissenschaft am Gegenstandsbereich massenmediale Publizistik in Gestalt der traditionellen Dreiteilung in Kommunikator-, Produktions- und Rezipientenforschung. Dieser Vorgang vollzog sich auf der Basis der funktionalen Differenzierung der „spätgeborenen“ Sozialwissenschaften auf gesellschaftliche Teilbereiche und sicherte eine Binnendifferenzierung, die sich plausibel in eine Lehrstuhlgliederung umsetzen ließ. Gleichzeitig ging jedoch durch diese Aufteilung eines Kommunikationszusammenhangs, der über den Begriff „Öffentlichkeit“ bei den Klassikern noch zusammengebunden war, ein gesellschaftstheoretischer Anspruch verloren.(2).

Für den sich abzeichnenden Austritt der Kommunikationswissenschaft aus dieser Orientierung am traditionellen publizistikwissenschaftlichen Forschungsgegenstand und auch aus ih-

rer traditionellen Binnengliederung gibt es auch gute Gründe. Zumal das „Gegenstandsbereichsreservat“ Massenmedien kaum mehr den Publizistikwissenschaften überlassen wird. Das Reservat hat seine Funktion verloren. Im dritten Teil meines Beitrages möchte ich über die Begriffe Mediengesellschaft und Media(l/t)isierung diesen sanften Erkenntnisimperialismus beleuchten und sowohl erkenntnistheoretisch wie normativ begründen (3).

Der letzte Teil und vierte Teil meines Beitrages wird – so wie es jetzt scheint – selbstquälerisch. Ich interessiere mich, inwieweit die analytischen Kategorien, die wir heute unter den Begriff Mediengesellschaft und Media(l/t)isierung diskutieren, bloß eine Neuentdeckung von Heuristiken sind, über die die Klassiker zumindest schon in recht fortgeschrittenen Ansätzen verfügten. Wieviel eignen wir uns eigentlich an, was uns schon lange gehört? Und, wenn dies zutrifft: Warum kehrt „das Licht der großen Kulturprobleme“ zurück? (4)

Matthias Karmasin

Medienökonomische Beiträge zur kommunikationswissenschaftlichen Heuristik: Zwischen Pragmatik und Kritik

Der Beitrag gibt einen kurzen Überblick über den Stand der Forschung und der methodologischen Diskussion im Feld der Medienökonomie. Der Schwerpunkt liegt dabei auf möglichen Beiträgen zu genuin kommunikationswissenschaftlichen Fragestellung und auf Beiträgen zur Heuristik der Disziplin. Dabei werden Erkenntniswege, Forschungsobjekte und wissenschaftstheoretische Grundkonzeptionen diskutiert. Zum Abschluss soll die Tauglichkeit der Ökonomie als Basistheorie der Kommunikationswissenschaft geprüft und gegebenenfalls alternative Konzepte für eine solche Basistheorie skizziert werden.

Literatur

- Karmasin, Matthias/ Knoche, Manfred/ Winter, Carsten (Hrsg.): Medienwirtschaft und Gesellschaft I. Medienunternehmen und die Kommerzialisierung von Öffentlichkeit, Münster-Hamburg-Berlin-London: LIT, 2001
- Karmasin, Matthias/ Höhn, Marco (Hrsg.): Die Zukunft der empirischen Sozialforschung, Graz/Wien: Nausner&Nausner, 2002
- Karmasin, Matthias/ Altmeppen, Klaus, Dieter (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Band1/1 Grundlagen der Medienökonomie: Volkswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre, Kommunikationswissenschaft, Band1/2 Grundlagen der Medienökonomie: Soziologie, Kultur, Politik, Philosophie, Technik, Journalistik, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003

Manfred Knoche

Kritik der politischen Ökonomie der Medien als eine Basistheorie der Kommunikationswissenschaft

Seit Mitte der 1990er Jahre wird in der deutschsprachigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vereinzelt wieder auf wissenschaftliche Ansätze und Theorien aufmerksam gemacht, die unter den Begriff „Politische Ökonomie“ subsumiert werden können. Erinnerung wird dabei u.a. an „vergessene“ Theorien zur angloamerikanischen „Political Economy of Communication (of the Media)“ und zur „Kritik der Politischen Ökonomie der Massenkommunikation“, die bereits in den 1970er Jahren in Deutschland entwickelt worden war. Diese „Wiederbelebungsversuche“ stehen im Zusammenhang mit der unübersehbar fortschreitenden weltweiten Privatisierung, Kommerzialisierung und Kapitalisierung der Medienindustrie. Zudem stehen sie unter dem Einfluss grundlegender Transformationsprozesse des Kapitalismus, die auch in anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen zu einer erneuten Beschäftigung mit Politischer Ökonomie geführt haben.

In jüngster Zeit wurde – zunächst nur im Rahmen der Theorieentwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin Medienökonomie – anknüpfend an den medienbezogenen angloamerikanischen, vorrangig auf der Marxschen Theorie aufbauenden Ansätzen, ein Plädoyer für die Entwicklung einer „Politischen Ökonomie öffentlicher/gesellschaftlicher Kommunikation“ als „Radikale Politische Ökonomie“ vorgebracht (vgl. Meier 2003). Gleichzeitig wurden anknüpfend an den medienbezogenen deutschen kritischen „politökonomischen“ Ansätzen Vorschläge für die Entwicklung einer „Kritik der politischen Ökonomie der Medien“ auf der Basis der aktuellen Weiterentwicklungen der Marxschen „Kritik der Politischen Ökonomie“ unterbreitet (vgl. Knoche 2001, 2002). Gemeinsame Grundlage dieser Vorschläge ist die Zielsetzung, die gesellschaftlichen Macht-, Zugangs- und Verteilungskonflikte – generell das Verhältnis von Staat/Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Medien – in den Mittelpunkt der Theoriebildung zu stellen. Gegenstand der Theoriebildung ist demnach die Analyse der Medienindustrie in marktwirtschaftlichen/kapitalistischen Gesellschaften, also die Rolle der Medien für das gesamte materielle, wirtschaftliche, gesellschaftliche, soziale, politische und kulturelle menschliche Leben. Zentrale Untersuchungsgegenstände sind einerseits die spezifischen Entwicklungen der Medienproduktion, -distribution und -konsumtion, andererseits deren Funktionsweisen für die Entwicklung des gesamten Wirtschafts- und Gesellschaftssystems. Des Weiteren geht es um die Ideologieproduktion (System- und Herrschaftslegitimierung) der Medien und ihren Beitrag zur Konstituierung individuellen und gesellschaftlichen Bewusstseins.

Eine Kritik der Politischen Ökonomie der Medien ist keineswegs ein Zweig der Wirtschaftswissenschaft oder nur eine medienökonomische Theorie, sondern sie kann als umfassende sozialwissenschaftliche Gesellschaftstheorie den Anspruch einer transdisziplinären Basistheorie der Kommunikationswissenschaft erfüllen, die zugleich Struktur- und Handlungstheorie ist. Es geht also darum, eine gegenstandsadäquate Basistheorie der Kommunikationswissenschaft zu fundieren, die im Kontext der generellen und aktuellen Entwicklungsprozesse des weltweit herrschenden kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems zur *theoriegeleiteten empirischen Analyse und Erklärung* von Medienproduktion und -konsumtion beiträgt. Verschiedene Theorieansätze, die sich unter der Sammelbezeichnung „Kritische Politische Ökonomie der Medien“ subsumieren lassen, unterscheiden sich hinsichtlich ihrer mehr oder minder bevorzugten theoretischen Basis, d.h. der Orientierung an schon verfügbaren kritischen Medientheorien. Zu nennen ist hier die „Verarbeitung“ (das bedeutet nicht unbedingt Übernahme) von Ansätzen der Kritischen Theorie, der Habermasschen, der Bourdieuschen

Theorie, der Cultural Studies, der (französischen) Regulationstheorie und der Marxschen Theorie.

Literatur:

- Knoche, Manfred (2001): Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 49, 2/2001, S. 177-194.
- Knoche, Manfred (2002): Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. In: Siegert, Gabriele (Hrsg.): Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven. Münster/Hamburg/London, LIT, S. 101-109.
- Meier, Werner A. (2003): Politische Ökonomie. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Band 1/1: Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, S. 215-243.

Sonja Kretzschmar

Weltöffentlichkeit versus Redaktionskultur: Theoretische Überlegungen zu einem interkulturellen Vergleich verschiedener Journalismen

Eines der Theoriefelder innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Theoriebildung ist das der inter- und transkulturellen Kommunikation. Innerhalb dieses Bereiches ist wiederum Journalismus als bedeutungsproduzierendes System von besonderer Wichtigkeit, für Theoretiker der Cultural Studies ist es sogar das „most important textual system in the world“ (Hartley 1996).

Obwohl die Verflechtungen von Mediensystemen innerhalb des globalisierten Medienmarktes zunehmen, ist für den Bereich des Journalismus immer noch der nationale Rahmen von herausragender Bedeutung, ein transnationaler Journalismus oder eine transnationale Öffentlichkeit weiterhin nicht in Sicht (Sievert 1998).

Im Bereich der Journalismusforschung beschäftigt sich zwar eine wachsende Anzahl von Studien entlang nationaler Grenzen mit internationaler Journalismusforschung (Esser 2000), aber dennoch steht oft nur die wissenschaftliche Analyse von industriell produzierenden Apparaten im Mittelpunkt des Forschungsinteresses (Renger 2000). Dabei ist gerade im Bereich der Journalismusforschung auch ein Kulturvergleich unverzichtbar, da unterschiedliche gesellschaftliche und politische Bedingungen hier zur Ausbildung verschiedener institutioneller Strukturen geführt haben, die journalistische Inhalte entscheidend bestimmen (Esser 2000). Ein Problem der Journalismusforschung, die kulturelle Ausprägungen entlang nationaler Grenzen erforscht, ist die große kulturelle Varianz innerhalb der jeweiligen nationalen Systeme. Eine Lösung dieses Problems ist durch die Verlagerung auf die Mikroebene der Redaktionskultur möglich, wobei Aussagen über einzelne Redaktionen bestimmte Tendenzen innerhalb eines kulturellen journalistischen Segments (beispielsweise aktuell arbeitenden Fernsehredaktionen) erkennen lassen.

Auf diese einzelnen Redaktionen, die innerhalb des nationalen Systems auch eine eigene Kultur des jeweiligen Segments entwickelt haben, wirken im globalisierten Medienumfeld ähnliche Faktoren ein. Zeitdruck, zunehmende Technisierung und die Arbeitsverdichtung, die mit beiden Entwicklungen einhergeht, sind Faktoren, die die Arbeit von Redaktionen in der glo-

balisierten Medienwelt beeinflussen. Dabei verstärken sich die Faktoren jeweils: der Konkurrenzdruck, der durch technische Weiterentwicklung und in deren Folge die Schaffung von immer mehr konkurrierenden journalistischen Angeboten erzeugt wird, verstärkt den Zwang, einen Konkurrenzvorsprung durch Aktualität zu erreichen, was wiederum zu einer Verdichtung von Arbeit führt.

Kann es auf diese Faktoren, die auf Redaktionen zwar in unterschiedlicher Intensität einwirken, aber dennoch das globale Mediensystem als Gesamtheit beeinflussen, ähnliche Reaktionen entlang kultureller Grenzen geben?

Kann sich dennoch bei einer gleichzeitigen Durchsetzung standardisierter globalisierter Fernsehformate, beispielsweise im Nachrichtenbereich, eine inhaltlich eigene Ausrichtung durchsetzen, beispielsweise ein islamischer oder afrikanischer Journalismus? Entwickeln sich kulturell unterschiedlich geprägte Journalismen, die eine westliche implizierte Weltöffentlichkeit zunehmend auflösen?

Literatur:

Esser, F. Journalismus vergleichen. Journalismustheorie und komparative Forschung. In: Löffelholz, M. (Hrsg.) (2000): Theorien des Journalismus. Wiesbaden, S.123-145.

Hartley, J. (1996): Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture. London.

Renger, R. (2000): Journalismus als kultureller Diskurs. Cultural Studies als Herausforderung für die Journalismustheorie. In: Löffelholz, M. (Hrsg.) (2000): Theorien des Journalismus. Wiesbaden, S. 467-481.

Friedrich Krotz

Handlungstheorien als Basis kommunikationswissenschaftlicher Forschung und ihr Potential für eine weitere Entwicklung der Kommunikationswissenschaft

Der Beitrag beschäftigt sich mit der Rolle von ausgewählten Handlungstheorien in der Kommunikationswissenschaft. Er setzt dazu an vier Voraussetzungen an, die nacheinander behandelt werden:

Erstens wird ein Überblick über handlungstheoretische Ansätze in den Sozialwissenschaften gegeben und daran deutlich gemacht, dass nicht alle Handlungstheorien von der Kommunikationswissenschaft in dem Maße aufgegriffen worden sind, wie es möglich gewesen wäre.

Zweitens werden in Anlehnung an McQuail die wichtigsten Kommunikationsvorstellungen in der Kommunikationswissenschaft benannt und, soweit möglich, mit diesen Handlungstheorien verbunden. Daran wird auch die Disparität dessen deutlich, was zentrales Thema dieser Wissenschaft sein sollte.

Dabei spielen natürlich – drittens – auch methodologische Aspekte eine Rolle, auf den kurz eingegangen wird – Typen von Handlungstheorien, Typen von Kommunikationsvorstellungen und die Frage, ob qualitative oder quantitative Methoden – das hängt zusammen.

Viertens wird in einer historischen Betrachtungsweise auf der Basis der zentralen Fragestellung der Kommunikationswissenschaft, nämlich die nach informationshaltiger öffentlicher Kommunikation mit politischer Relevanz, deutlich gemacht, dass Kommunikation gar nicht den Kern der Kommunikationswissenschaft ausmacht. Vielmehr beschäftigt sich Kommuni-

kationswissenschaft immer schon und im Grunde vor allem mit institutionell geregelten, professionell inszenierten und unprofessionell genutzten und rezipierten Inhalten und versucht, hier etwas zu verändern.

Das ist ohne Zweifel eine für die Demokratie zentrale Frage, die auch in Zukunft eine große Rolle spielen wird. Aber Kommunikationswissenschaft kann heute darauf nicht mehr beschränkt werden – die sogenannte Wissensgesellschaft braucht ein breiteres Kommunikationsmodell und eine breitere Kommunikationswissenschaft.. Im fünften Absatz wird deshalb eine Weiterentwicklung versucht: Es geht um die These, dass mit einem weiterentwickelten und kulturelle Kontexte berücksichtigendes symbolischinteraktionistischen Kommunikationsvorstellung mehr möglich ist.

Margreth Lünenborg

Journalismus als kultureller Prozess – Plädoyer für eine integrative Journalistik

In diesem Beitrag wird die Produktivität einer kulturwissenschaftlichen Orientierung für die Journalistik diskutiert. Kultur als Paradigma zu begreifen – und sich damit von der Dichotomie Subjekt versus System zu lösen – eröffnet für die Journalistik Potenziale, die insbesondere den aktuellen und weiter fortschreitenden Bedeutungswandel von Journalismus in der Mediengesellschaft angemessen zu beschreiben und zu erklären hilft.

Der Beitrag argumentiert theoriegeschichtlich: Konzepte der Journalistik aus ihren Anfängen (Prutz, Groth, Everth) werden als integrative Entwürfe identifiziert, die Journalismus im Prozess der gesellschaftlichen Kommunikation begriffen haben. Damit beschränkte sich die Journalistik bis in die 20er Jahre des vergangenen Jahrhunderts nicht auf die Kommunikatorforschung, sondern interessierte sich für Produktion, Text und Rezeption. Journalismus liefert in diesem Verständnis die soziale und historische Kontextuierung von Ereignissen, die ihre gesellschaftliche Bedeutung erst mittels Publikum erringen kann. An dieses frühe, integrative Journalistik-Verständnis lässt sich heute anknüpfen.

In der Tradition der *Cultural Studies* wird Journalismus verstanden als *kultureller Diskurs zur Selbstverständigung der Gesellschaft*. Die Journalistik interessiert sich damit für die gesellschaftliche Bedeutung journalistischer Kommunikation und räumt dem Publikum als dem sozialen Ort der Bedeutungszuweisung eine zentrale Rolle ein.

Die Folgen einer solchen theoretischen und empirischen Erweiterung werden am Beispiel der Genretheorie diskutiert. Das Entstehen neuer Hybridgenres lässt sich im Rahmen traditioneller Genretheorien der Journalistik nicht angemessen beschreiben oder erklären. Im Kontext einer kulturorientierten Journalistik werden Genres verstanden als bedeutungsgenerierende Strukturen, die im Prozess der Kommunikation interaktiv von allen an ihr Beteiligten geschaffen werden. Das Entstehen und das Erkennen neuer (Hybrid)Genres lässt sich so handlungstheoretisch fundiert erklären als Zusammenspiel von Genrekompetenz des Publikums und Innovationsdruck auf der Produktionsseite.

Christoph Neuberger

Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie

Theorien, Modelle und Begriffe der Kommunikationswissenschaft spiegeln oft implizit den jeweiligen *status quo* der Medienentwicklung wider. Angesichts der neuen digitalen Medientechniken wird ihre Überarbeitung zwar häufig angemahnt, allerdings noch selten konsequent in Angriff genommen. Am Beispiel der Journalismustheorie soll gezeigt werden, welche Aufgaben anstehen, um die gegenwärtigen Veränderungen in der aktuell-öffentlichen Kommunikation angemessen analysieren zu können.

Vorgeschlagen wird ein integrativer Ansatz der Journalismustheorie (nach Uwe Schimank); damit kann Journalismus auf drei Ebenen beobachtet werden: als systemischer Orientierungshorizont (Systemebene), als institutionelle Ordnung (Strukturebene) und als Akteurkonstellation (Akteurebene). Dadurch lassen sich Akteur-Struktur-Dynamiken im Prozess der *Institutionalisierung* eines neuen Mediums verfolgen, also das Herausbilden redaktioneller und beruflicher Strukturen im Journalismus. Sie resultieren einerseits aus dem Handeln von Akteuren, andererseits prägen die Strukturen deren künftiges Handeln. Der Institutionalierungsprozess verläuft diskontinuierlich, beschleunigt und gelenkt durch einzelne *Schlüsselergebnisse*, in deren Verlauf das spezifische Potenzial eines neuen Mediums erprobt und demonstriert wird. Dabei sammeln einerseits Anbieter und Nutzer im direkten Umgang Erfahrungen mit dem Medium, andererseits wird ein öffentlicher Diskurs über seine Leistungsfähigkeit geführt und so das Medienimage auch indirekt beeinflusst. Schlüsselereignisse haben strukturelle Effekte und bestimmen den weiteren Gebrauch des Mediums. Im Fall des Internet waren derartige Ereignisse z.B. die Lewinsky-Affäre und der 11. September 2001.

Außerdem ermöglicht es der integrative Ansatz, *funktionale Äquivalente* des Journalismus zu beobachten. Die gesellschaftlichen Funktionen des Journalismus und seine spezifischen Leistungen für andere Teilsysteme können durch unterschiedliche, funktional äquivalente Strukturen erbracht werden. Technische Medien schaffen jeweils spezifische Kommunikationsbedingungen und begrenzen so die möglichen Strukturen. Unter den Bedingungen der traditionellen Massenmedien Presse und Rundfunk richtet sich journalistische Kommunikation (1) an ein disperses Massenpublikum und verläuft (2) weitgehend einseitig, also unter Ausschluss eines „Feedback“ der Rezipienten. Produziert werden die Angebote von (3) (haupt- oder neben-) beruflich tätigen, meist dafür ausgebildeten Journalisten, die ihr Handeln an bestimmten beruflichen Normen orientieren und deren Arbeit (4) im Rahmen einer Redaktion organisiert ist.

Eine wichtige Eigenschaft des multioptionalen Internet ist der vereinfachte kommunikative Zugang: Die Hindernisse, die bei Presse und Rundfunk der Artikulation in der Öffentlichkeit im Wege stehen, sind im Internet deutlich niedriger. Dadurch verliert der traditionelle Journalismus sein „Gatekeeper“-Monopol. Vorliegende empirische Studien über den Online-Journalismus sind noch der traditionellen Vorstellung vom Journalismus verhaftet, sodass funktional äquivalente Angebote nicht im Blickfeld liegen, sondern fast nur die Internetangebote von Presse und Rundfunk. Unter den Bedingungen des Internet bilden sich aber neben dem traditionellen Journalismus, den es auch im World Wide Web gibt, andere Formen der Vermittlung aktuell-öffentlicher Kommunikation heraus.

Dabei stellt sich die Frage: Sind *Nutzerpartizipation*, also die Beteiligung von Laien als Kommunikatoren und Mediatoren in Angeboten (kollaborative Websites, Onlineforen), das Auftreten von *Einzelpersonen* als Anbieter (Weblogs), also das Fehlen einer Arbeitsorganisation (Redaktion), der Einsatz *technischer Substitute* bei der Selektion und Präsentation („Daily me“, Nachrichtenaggregatoren) und das Anvisieren *kleiner Publika* Strukturalternativen zum traditionellen Journalismus? Allgemein formuliert: Wie lassen sich *Mediatoren*, die (jour-

nalistische) Vermittlungsleistungen erbringen, von anderen Kommunikatoren abgrenzen? Definiert man Journalismus auf der Systemebene, so muss gezeigt werden, dass auch Angebotstypen, die andere Strukturmerkmale als traditioneller Journalismus besitzen, einen Beitrag zur Funktionserfüllung leisten. Dies kann etwa dadurch geschehen, dass die Akzeptanz und Einhaltung journalistischer Standards empirisch geprüft wird.

Bei der Diskussion der Frage soll auch auf frühere Ansätze der Journalismustheorie zurückgegriffen werden (Differenz von Mediator- und Kommunikatorrolle, Professionalisierung etc.). Außerdem wird für eine Öffnung der Journalismustheorie in Richtung Öffentlichkeitstheorie und Medientheorie plädiert, um ein verfeinertes Instrumentarium für die Analyse des durch neue Medien induzierten Wandels in der aktuell-öffentlichen Kommunikation entwickeln zu können.

Irene Neverla

„Massenmedien“ – revisited. Alte Begriffe in neuen gesellschaftlichen und medialen Rahmen

Die Kommunikationswissenschaft hantiert schon immer mit einigen theoretischen Grundkategorien, die nur unzulänglich präzisiert sind: Kommunikation, Medien, Massenmedien, Massenkommunikation und Öffentlichkeit sind zum Teil nebulöse Schlüsselbegriffe geblieben. Das hat bis zu einem gewissen Grad mit dem Entwicklungsstand des Faches zu tun, das erst in den vergangenen Jahrzehnten theoriefähig wurde. Es ist aber auch Merkmal einer pluralistischen Theorienbildung in einem ungesteuerten offenen Wissenschaftssystem und – nicht zuletzt, wie sich an der jüngsten Entwicklung mit dem ‚neuen Medium‘ Internet zeigt – ist es auch unabdingbare Begleiterscheinung eines Gegenstandes, der sich dynamisch entwickelt.

In diesem Beitrag soll die theoretische Fassung einiger kommunikationswissenschaftlicher Schlüsselbegriffe in ihrem fachhistorischen Verlauf nachgezeichnet und es soll umrissen werden, wie sich diese Begriffe unter den Vorzeichen des Internet theoretisch modellieren und damit empirisch operationalisieren lassen. Als zentrale Grundkategorien sollen dabei „Massenmedien“ bzw. „Massenkommunikation“ im Mittelpunkt stehen.

Zwei Grundlinien sind in der kommunikationswissenschaftlichen Theoriegeschichte erkennbar: Einmal wird deutlich, dass die theoretische Fassung eines Schlüsselbegriffs wie Massenmedien eng mit den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verknüpft ist (mit dem politischen Ordnungsrahmen, mit gesellschaftlichen Umbruchssituationen und technisch-medialen Entwicklungen). Zum anderen zeigt sich ein Paradigmenwechsel dahingehend, dass die technikfokussierte und auf das Materialobjekt fixierte Definition von Medien abgelöst wurde durch eine Definition, die sich auf die soziale Ausgestaltung der Technik bezieht.

Literatur:

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Wien u.a. : Böhlau.

Neverla, Irene (2005): Massenmedien. In: Weischenberg, Siegfried / Kleinstauber, Hans J. / Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK (in Druck).

Johannes Raabe

Kommunikation und Konstruktion unter den Bedingungen sozialer Praxis. Ein praxistheoretischer Beitrag zu einer reflexiven Kommunikationsforschung

Als empirische Sozialwissenschaft bleibt auch jede erkenntniskritische kommunikationswissenschaftliche Forschung und ihre Theoriebildung dem Ziel der Erschließung und Analyse von wirklichen Prozessen in der Sozialwelt untergeordnet. Nach der erkenntnistheoretisch begründeten Verabschiedung von Empirismus und Realismus ist dies nur auf der Basis eines konstruktivistischen (Selbst-)Verständnisses möglich. Als für die Kommunikationsforschung sinnvoll könnte sich die hier vorgeschlagene Perspektive eines *sozialpraktischen Konstruktivismus* erweisen, die Konsequenzen hat für die empirische Analyse kommunikationswissenschaftlich relevanter Prozesse in der Sozialwelt wie auch für ein reflektiertes wissenschaftliches Vorgehen der Forschung selbst.

Jede Beobachtung von Welt ist unhintergebar eingebettet in *soziale Praxis* und unterliegt damit stets den Bedingungen dieser Praxis. Die dabei erfolgende Subjekt-Objekt-Unterscheidung erscheint dann als konstitutives Moment im praktischen Vollzug des Denkens, Handelns und der Kommunikation. Da soziale Praxis stets strukturierte Praxis ist, gilt es diejenigen Strukturen zu identifizieren, die der Wahrnehmungs-, Handlungs- und Kommunikationspraxis sozialer Akteure zugrunde liegen. Die Konstruktionen, auf der diese Praxis beruht, wie auch die Konstruktionen, die aus ihr hervorgehen, lassen sich auf ihre Strukturgrundlagen befragen. Unterscheiden lassen sich dabei normativen Regelstrukturen (als notwendige, jedoch nicht hinreichende Bedingungen von Handlungspraxis), konstitutive Regelmäßigkeitsstrukturen (die so etwas wie deren ‚objektive‘ Rahmenbedingungen bilden) und generative Sinnstrukturen (die erst zu entsprechender Praxis befähigen und ihr Sinn verleihen). Für die Kommunikationsforschung, der es vor allem um Phänomene öffentlicher und medienvermittelter Kommunikation geht, scheint es wenig hilfreich, dabei Handlung und Kommunikation gegeneinander auszuspielen (oder das eine durch das andere zu substituieren). Stets lassen sich die Produktion von Information und Mitteilung wie auch das Verstehen auf der Rezeptionsseite erst als Kommunikations- bzw. Rezeptionshandeln empirisch beobachten und analysieren – und dies in der hier vorgeschlagenen Perspektive unter Berücksichtigung der Voraussetzungen und Bedingungen sozialer Praxis.

Das gilt auch für die Beobachtung wissenschaftlicher Forschung selbst. Wissenschaftliche Akteure haben eingelebte, sozial bedingte Denk- und Wahrnehmungsweisen und unterhalten zunächst ‚natürliche‘ Beziehungen zu ihren Forschungsobjekten. Darin gründet die Notwendigkeit eines ‚epistemologischer Bruchs‘ (Bachelard) mit den sozial bedingten Alltagsvorstellungen und die wissenschaftliche Konstruktion des Gegenstands in einem Forschungsprozess, der selbst spezifischen Praxisbedingungen (als einer Praxis des theoretischen Forschens) unterliegt. Das macht es notwendig, die Bedingungen der Möglichkeit wissenschaftlicher Erkenntnis mit zu reflektieren, um nicht theoretische Erkenntnis als eine ‚allgemeine‘ (überlegene) Erkenntnis der Sozialwelt auszugeben (Bourdieu) und um zu vermeiden, Prinzipien der theoretischen Konstruktion und der theoretischen Logik den sozialen Zusammenhängen des zu analysierenden Wirklichkeitsausschnitts unterzuschieben. Präferiert werden deshalb gegenüber abgeschlossenen (Super-)Theoriegebäuden und klinisch-logischer Begriffshermetik ein theoretisch begründetes, aber hinreichend theorieoffenes Forschen und eine mit den Er-

kenntnissen des Forschungsprozesses wachsende Theorieproduktion, die an ihrer forschungsermöglichenden, -leitenden und -kontrollierenden Leistung zu messen ist und sich durch Einsichten der empirischen Analyse anregen und irritieren lässt. Leitvorstellung wäre eine allmählich komplexer werdende Objektkonstruktion innerhalb eines sich wechselseitig fördernden und korrigierenden Entdeckungs- und Validierungszusammenhangs zwischen theoretischen Einsichten und empirischer Analyse.

Carsten Reinemann

Journalismus als „rationales“ Handeln. Das kommunikationswissenschaftliche Potential von Theorien rationalen Handelns am Beispiel der Journalismusforschung

Während sich andere Sozialwissenschaften und auch andere Felder der Kommunikationswissenschaft schon länger mit aktorsorientierten Handlungstheorien auseinandersetzen, sind diese der deutschen Journalismusforschung bislang weitgehend fremd geblieben. Ganz besonders wenig Beachtung finden Ansätze, deren handlungstheoretischen Kern *Theorien rationalen Handelns* (RC-Theorien) bilden. Deshalb sollen im Rahmen des Vortrags drei Fragen diskutiert werden: (1) Welches sind die Grundannahmen moderner Theorien rationalen Handelns? (2) Welche Rolle spielen sie in Kommunikationswissenschaft und Journalismusforschung? (3) Wo liegt ihr Potential für Kommunikationswissenschaft und Journalismusforschung?

(1) *Grundannahmen moderner RC-Theorien.* Moderne Varianten der RC-Theorie berücksichtigen subjektive Wahrnehmungen und den Einfluss sozialer Strukturen, widmen sich routinisiertem Handeln, korporativen Akteuren und den nicht intendierten, aggregierten Folgen individueller Handlungen. Dabei wird „Rationalität“ meist als „subjektive Rationalität“ konzipiert.

(2) *RC-Theorien in KW und Journalismusforschung.* In der Kommunikationswissenschaft finden sich die Ideen von Theorien rationalen Handelns bislang vor allem in Rezeptionsforschung, politischer Kommunikationsforschung und Medienökonomie. In der Journalismusforschung spielen Theorien rationalen Handelns dagegen so gut wie keine Rolle. Eine umfassende Prüfung ihres Potentials und empirische Studien sind bislang ausgeblieben.

(3) *Potential für KW und Journalismusforschung.* Für die Journalismusforschung ergeben sich u.a. folgende Herausforderungen: (1) das Handeln von Journalisten und Medienorganisationen unter Rückgriff auf die subjektive Rationalität dieses Handelns zu erklären; (2) die kollektiven Folgen (*Makrophänomene*) dieses Handelns stärker in den Blick zu nehmen und durch das Akteurshandeln zu erklären; (3) die situationale Bedingtheit journalistischen Handelns und die vermutlich situational unterschiedlichen Einflüsse individueller und organisatorischer Faktoren zu untersuchen (*Mehrebenenanalysen*) sowie (4) den Verlauf dynamischer Prozesse z.B. innerhalb von Redaktionen oder des Mediensystems zu modellieren und diese Modelle empirisch zu prüfen. Dies sind sicher keine einfachen, aber doch ein lohnenswerte Unterfangen.

Literatur:

- Diekmann, Andreas / Voss, Thomas (2004): Rational-Choice-Theorien in den Sozialwissenschaften. Anwendungen und Probleme. München.
- Schmid, Michael (2004): Rationales Handeln und soziale Prozesse. Beiträge zur soziologischen Theoriebildung. Wiesbaden.

Gabriele Siegert/Klaus-Dieter Altmeyen

Medienreputation und Medienorganisation.
Vom Ende der Bescheidenheit in der medienökonomischen Theoriebildung

Problemorientierte Transdisziplinarität ist eine zentrale – wenn auch aufgrund der schwierigen Umsetzung durchaus umstrittene – Leitvorstellung medienökonomischer Forschung und Theoriebildung (vgl. Altmeyen/Karmasin 2003). Aktuell erscheint die aussichtsreichste Theoriebasis, auf diese Weise das Grundproblem der Medienökonomie, nämlich den Doppelcharakter der Medien als Wirtschafts- und Kulturgut und das daraus resultierende Spannungsverhältnis zu untersuchen, die Verknüpfung von Struktur und Akteurshandeln zu sein. Denn diese Verknüpfung ist wesentliches Fundament verschiedener, zwar disziplinär unterschiedlich zu verortender, aber empirisch brauchbarer und medienökonomisch erklärungskräftiger Modelle und Theorien. Neben dem eher deskriptiven structure-conduct-performance Modell der Industrieökonomie findet sich diese Verknüpfung auch in der Institutionenökonomik und in der Strukturierungstheorie. Zudem ist sie impliziter Bestandteil einiger Modelle zur Massenkommunikation.

Ausgehend davon, dass unter Strukturen spezifische Elemente und ihre wechselseitigen Beziehungen zu verstehen sind, werden sie in allen drei Ansätzen als ein Rahmen begriffen, der das Handeln von individuellen, aber auch kollektiven Akteuren ebenso einschränkt wie ermöglicht. Zugleich wirkt das Handeln von Akteuren auf die Strukturen zurück und bedingt diese in ihrer Ausgestaltung mit. Da es sich bei den Akteuren vor allem auch um Medienorganisationen handeln kann, integriert diese Theorieperspektive die ansonsten etwas „isolierte“ Betriebswirtschaftslehre der Medien in ein tendenziell ganzheitliches Bild.

Anhand der Beispiele Medienreputation und Medienorganisation wird diese integrative und transdisziplinäre Theoriebildung illustriert, ohne jeweils ein fertiges Theoriegebäude präsentieren zu können. Im ersten Beispiel können auf Medien übertragene Managementansätze wie Medienmarken mit einer institutionenökonomisch fundierten Analyse des Medienmarktes und funktionierender Reputationsmechanismen verknüpft werden und derart differenziertere Erklärungen liefern als es das Standardargument des Marktversagens im Medienbereich zu geben vermag.

Im zweiten Beispiel soll das heuristische Potential einer Medienorganisationstheorie ausgeleuchtet werden, die den Strukturaspekt ebenso berücksichtigt wie das Akteurshandeln. Dies geschieht mit dem Modell des organisationalen Handlungsfeldes. Diese Handlungsfelder sind, so wird angenommen, die Zentren der Produktion von Medienangeboten, in denen dementsprechend festgelegt wird, welche Angebote Medien den Rezipienten/Konsumenten machen. In organisationalen Handlungsfeldern treffen die Strukturen sowie kollektiven und individuellen Handlungsdispositionen und Deutungsmuster der Akteure zusammen, somit können mit diesem Modell die (ökonomischen wie kulturellen, individuellen wie kollektiven) Bedingungen der Aussagenproduktion für Information, Unterhaltung und Werbung analysiert werden.

Literatur:

Altmeppen, Klaus-Dieter/Karmasin, Matthias (2003): Medienökonomie als transdisziplinäres Lehr- und Forschungsprogramm. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Karmasin (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Band 1/2: Grundlagen der Medienökonomie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 19-51.

Rudolf Stöber

Der Nutzen von Evolutions- und Innovationstheorien für die Kommunikationswissenschaft

Die Kommunikationswissenschaft hat bislang über einige zentrale Probleme des Fachs nur ungenügende Auffassungen. So gibt es keine allgemein akzeptierte Vorstellung von der Entstehung neuer Medien. Dieser Diskussionsbeitrag möchte eher entlegene erscheinende Theorien operationalisieren. Im Kern der Überlegungen stehen zwei Theorien:

Als Makrotheorie fungiert die auf Darwin zurückgehende Evolutionstheorie, als Mesotheorie die auf Schumpeter zurückreichende Innovationstheorie.

Die Evolutionstheorie argumentiert im Kern diachron. Sie erläutert Phänomene der Ausdifferenzierung, des Wettbewerbs, der Interdependenzen zwischen verschiedenen Systemen, der Umweltbeziehungen; sie operiert mit Systemrationalitäten und hat den Begriff der Emergenz in den Diskurs eingeführt. Zudem hat sie mit einfachen Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen gebrochen und verfährt stattdessen einen multikausalen Ansatz. Insofern ist sie eine Systemtheorie.

In Bio-Evolution und kommunikativ-medialer Evolution wirken über Selektion und Wettbewerb (nicht nur ökonomisch zu verstehen) ähnliche Mechanismen der Entwicklung der kommunikativen Möglichkeiten. Beide Evolutionen sind zeitabhängige, ungleichmäßige und offene Prozesse, bei denen endogene wie exogene Faktoren wirken. Die Ausdifferenzierung der Bio-Diversität wie der Kommunikations- und Mediensysteme ist die langfristige Folge.

Jedoch leidet die Evolutionstheorie – auch darin ähnelt sie der Systemtheorie – an einem gravierenden Manko: Sie ist in ihrer Abstraktion imstande Alles (oder auch Nichts) zu erklären. Darum muss (hier wie da) eine Theorie mittlerer Reichweite eingeführt werden, wie Robert K. Merton schon vor einem halben Jahrhundert forderte.

Die sinnvollste Theorie mittlerer Reichweite zur Erläuterung der Phänomene des sozialen und kulturellen Wandels ist die Innovationstheorie. Da die Evolutionstheorie grundsätzlich eine stochastisch argumentierende Erklärung bietet, kulturelle Prozesse des Wandels hingegen nicht auf das stochastische Element reduziert werden dürfen, kann die Innovationstheorie das evolutionstheoretische Paradigma ergänzen, um die menschliche Intention als verändernde Kategorie einzuführen. Die Innovationsforschung unterscheidet drei Stufen: die Invention, in der ein neues kulturelles Werkzeug entdeckt oder erfunden wird; die Innovation, in der die Gesellschaft die Neuerung annimmt oder verwirft; die Diffusion, in der die Neuerung allgemein gebräuchlich wird.

In Kombination lassen sich beide Theorien auf vieles anwenden, das mit Wettbewerb um Ressourcen und diachron gebundener Entwicklung zu tun hat: seien es Phänomene der (Medien-)Ökonomie, der politischen Kommunikation, des Wettbewerbs politischer Systeme,

selbst der Religionssoziologie und letztlich als Metathema des Wettbewerbs wissenschaftlicher Theorien.

Zwei naheliegenden Missverständnissen sei von vornherein vorgebeugt: 1. Beide Theorien werden nicht normativ verstanden, d.h. es geht nicht um Fortschritt zum „Guten“ oder „Besseren“. 2. Auch die detailgetreue Übertragung der Evolutionsdiskussion in den Life-Sciences wird nicht vorgeschlagen, sondern die Adaption der Theorie an die Erkenntnisinteressen der Kommunikationswissenschaft. Daher muss auch geprüft werden, wo die Übernahme der Theorie ihre Grenzen findet.

Stephan Alexander Weichert

Krisenberichterstattung als Ritual? Medienereignisse und Kulturtheorie

Seit Ende der 1970er Jahre hat der Kommunikationswissenschaftler Elihu Katz – später gemeinsam mit seinem französischen Kollegen Daniel Dayan – kontinuierlich einen ritualorientierten, semiotisch basierten Ansatz zur Beschreibung von Medienereignissen in modernen Gesellschaften entwickelt. Dem Hauptgedanken von Dayan und Katz folgend (Dayan/Katz 1992), entsteht, sobald über ein – gesellschaftlich, politisch, kulturell, kirchlich etc. – relevantes Ereignis in den Medien berichtet wird, ebendort ein narratives, funktionales Äquivalent für dieses Ereignis: das rituelle Medienereignis. Dies geschieht zum einen auf Medienebene, indem Ereignisse dekontextualisiert werden, d. h. die Medien ihre Alltagsroutinen aufgeben und ein eigenes Berichterstattungsfenster dafür öffnen. Zum anderen werden Ereignisse rekontextualisiert, indem die Medien in ihrer Funktion als *rituelle Agenten* (Carey 1988; Rothenbuhler 1998) in der ihnen je eigenen Inszenierungslogik Ereignisse ‚ritualisieren‘, d. h., sie einer mediengerechten Ästhetik und Dramaturgie unterwerfen, ihnen gegenüber eine kohärente Erzählhaltung einnehmen, sie mit journalistischen Bedeutungszuschreibungen belegen und den darin involvierten Akteuren spezifische Rollen und Charakteristika zuschreiben.

Der Beitrag erörtert die ‚Gesetzmäßigkeiten‘, die während der Präsentation von Medienereignissen – insbesondere dargelegt am Beispiel des mediatisierten Krisenereignisses 11. September – auftreten und fasst diese unter das theoretische Dachkonzept einer Ritualisierung von Medienkommunikation, das eine Herausforderung für die medienkritische Analyse des zirkulären Prozesses journalistischer (Be-)Deutungsproduktion in der Mediengesellschaft darstellt: Aus Sicht der Kommunikationswissenschaft ist es erforderlich, den insbesondere im Hinblick auf Krisen-, Kriegs- und Katastrophenereignisse angelegten medialen Konstruktions- und Deutungsprozess in bezug auf seine (ästhetischen) Phasen und (narrativen) Sinnzusammenhänge im Sinne einer Ritualtheorie der Medien zu beleuchten und mediensoziologisch zu verorten. Um neben den professionellen Verarbeitungsmechanismen und -logiken analysieren zu können, wie sich die Berichterstattung in Extremsituationen im Zeitverlauf entwickelt, und um gegebenenfalls ‚typische‘ bzw. auffällige Themenstrukturen und -merkmale herauszuarbeiten, sind Ansätze der Kommunikationswissenschaft hilfreich, die sich unter dem Begriff der *Themalogie* subsumieren lassen. Anhand solcher Theorieansätze können thematische Verläufe, so genannte mediale Themenkarrieren, von Medienereignissen näher untersucht werden.

Literatur:

- Carey, James W.: Media, Myths and Narratives. Television and the Press. Sage Annual Reviews of Communication Research, Vol. 15. Newbury Park [u. a.] 1988
- Dayan, Daniel/Katz, Elihu: Media Events. The Live Broadcasting of History. Cambridge/Mass., London 1992
- Rothenbuhler, Eric W.: Ritual Communication. From Everyday Conversation to Mediated Ceremony. Thousand Oaks [u. a.] 1998

Carsten Winter

Medienwandel und Kulturwandel

Der Zusammenhang von Medien- und Kulturwandel ist als Wandel kultureller Praktiken empirisch belegt: Diesem Wandel geht ein Wandel der Bedeutung einher, der sich durch sie und in ihnen neu artikuliert. Durch die Nutzung historisch neuer Medien kam es – durch das Schreiben von Briefen, das Lesen von Zeitungen, die Lektüre spezifischer Zeitschriften usf. – zur Ausbildung neuer bedeutungsvoller Praktiken, die Kultur als Lebensweise verändert haben. Betrachtet man jedoch Medienwandel nicht nur im Hinblick auf den Wandel von Praktiken, sondern im Hinblick auf den Wandel generalisierter Orientierungen, von Werten und Formen gesellschaftlich-kultureller Verbundenheit, finden sich in der Medien- und Kommunikationswissenschaft neben Verweisen auf die Evolutionstheorie zuletzt Hinweise in Diskussionen zu „Identität“, „Medienentwicklung“ und „neuen Gemeinschaften“ im Rahmen von Medien- und Kulturwandel.

Diese „Hinweise“ werden im Vortrag vor dem Hintergrund einer kurzen Rekonstruktion der „Evolutionstheorie“, die im Fach in diesem Zusammenhang bisher zumeist angeführt wird, entsprechend ihrer Leistungen und Anschlusspotenziale für kommunikations- und medienwissenschaftliche Theoriebildung vorgestellt. Ausgehend von einigen jüngeren theoretischen Grundannahmen in Diskussionen über Medien- und Kulturwandel wird sodann der Zusammenhang von Medien- und Kulturwandel im Rahmen dieser Logik historisch-empirisch exemplarisch medienkommunikationstheoretisch konzeptualisiert. Dabei wird zu zeigen sein, wie und warum der Zusammenhang von Medien- und Kulturwandel medienkommunikationstheoretisch angemessener konzeptualisiert werden kann, als es bisher in der Sozial- Medien- und Kulturtheorie möglich war.

Ausgangspunkt der Konzeptualisierung dieses Zusammenhangs von Medienwandel und Kulturwandel ist eine postempirische und explizit antireduktionistische Konzeptualisierung von medialer Kommunikation. Dessen theoretische Logik, die im Vortrag im Kontext der Grundannahmen des Linguistic- und später des Cultural Turn ausführlicher entfaltet wird, konzeptualisiert mediale Kommunikation als komplexe Form einer Verbundenheit über den Umgang mit Medien im Rahmen von Kommunikation, die auf der Basis bestimmter kultureller Grundannahmen über diese komplexe kulturelle Verbundenheit erfolgt, die im und durch den Umgang mit Medien entsteht.

Die Konzeptualisierung des Zusammenhangs von Medienwandel und Kulturwandel versteht „Medien“ nicht als „Objekt“ oder „System“, sondern als etwas „Vermittelndes“ im Sinne der Kulturtheorie, die Kultur nicht mehr in essentialistischer Weise statisch, sondern vielmehr als Prozess versteht: den Prozess der Vermittlung individueller persönlicher und gruppenspezifischer Erfahrungen mit den je vorherrschenden gesellschaftlichen sozialen, ökonomischen und

politischen Lebensbedingungen im Rahmen kultureller Tradition. Diese Konzeptualisierung ermöglicht es zu zeigen, wie und warum der Umgang mit Medien, und nur er, die für Kommunikation wichtigen basalen Orientierungen, Werte und Annahmen über Verbundenheit verändert kann.

Exemplarisch wird das historisch am Beispiel der Nutzung der oben angesprochenen historisch „neuen“ Medien (Buch, Zeitung und Zeitschrift) abschließend aufgezeigt. Jeweils war es ein Umgang mit diesen „neuen“ Medien, der einen Wandel der Medien und damit einen Wandel gesellschaftlich relevanter kultureller Beziehungen ermöglicht hat, bei dem Werte im Sinne basaler Grundannahmen über die kulturelle Verbundenheit (die durchaus als „symbolisch generalisierte Medien“ betrachtet werden können) rekonfiguriert wurden, die später sodann ihrerseits den Umgang mit Medien im Rahmen von Kommunikation verändert haben.

Diese Konzeptualisierung des Verhältnisses von Medienwandel und Kulturwandel, die davon ausgeht, dass Menschen ihre historischen Lebensformen gemacht haben und sie diese auch verändern, zielt insbesondere auch auf ein normatives Verständnis des Wandels kommunikativ-medialer komplexer gesellschaftlich-kultureller Beziehungen. Die Analyse von durch Medien kommunikativ vermittelten gesellschaftlichen Beziehungen ist auf normative Kategorien angewiesen, die diese Beziehungen als normative Beziehungen darzustellen vermögen und die diese gerade nicht mit normativ entleerten beziehungslosen empirischen Kategorien unsichtbar machen.

Hier ergeben sich neue Perspektiven für eine Medien- und Kommunikationswissenschaft, auf die sie dringend angewiesen ist, wenn sie als ernstzunehmende Gesellschaftswissenschaft reüssieren will, die auch Forschungsfelder wie „Identität“, „Medienentwicklung“ und „neue Gemeinschaften“ – empirisch und theoretisch und empirisch fachlich erforschen und diese Forschung mit den Diskussionen zu diesen Problemfeldern auch vernetzen will.

Jens Wolling

Das Modell der soziologischen Erklärung als Grundlage für die kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung

Der zentrale Gegenstand der Kommunikationswissenschaft ist die indirekte, durch Massenmedien vermittelte, öffentliche Kommunikation. Somit wird die Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft definiert, als eine Wissenschaft, die sich mit menschlicher Kommunikation als *gesellschaftlichem* Phänomen beschäftigt. Diese Festlegung des kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnisgegenstandes entspricht den Grundannahmen des *Modells der soziologischen Erklärung*, wie es von Esser vorgeschlagen wurde. Demnach liegt der „analytische Primat der Soziologie auf der kollektiven Ebene“ und „der theoretische Primat einer soziologischen Erklärung auf der individuellen Ebene“ (Esser 1999). Das Modell besteht im Kern aus drei Schritten. Im ersten Schritt wird die soziale Situation, in der sich die Akteure befinden, rekonstruiert. Im zweiten Schritt wird durch die Anwendung einer mathematisch exakten Handlungstheorie das individuelle Handeln der Akteure in der gegebenen Situation erklärt. Im dritten Schritt wird dann durch die regelgeleitete Aggregation der individuellen Handlungsfolgen deren Transformation in das eigentlich interessierende kollektive Resultat vorgenommen. Dieses kollektive Resultat ist somit einerseits das (nicht intendierte) Ergebnis des vielfachen individuellen Handelns in gegebenen sozialen Situationen; gleichzeitig ist dieses kollektive Resultat aber auch Ausgangspunkt (die neue soziale Situation), die den

Rahmen für nachfolgende Handlungen der Akteure bildet. Die Nähe dieses Gedankens zu einer der zentralen Thesen der Theorie der Strukturierung von Giddens ist auffällig. Demnach stellen „die Regeln und Ressourcen, die in die Produktion und Reproduktion sozialen Handelns einbezogen sind, gleichzeitig die Mittel der Systemreproduktion dar.“

Im Vortrag wird zunächst das *Modell der soziologischen Erklärung* an einem Beispiel erläutert und als sinnvolles und fruchtbares Modell für die kommunikationswissenschaftliche Forschung vorgeschlagen. Im zweiten Schritt soll der Kern des Modells – die Theorie des rationalen Handelns in der Variante des „SEU“ (Esser 1999) – diskutiert werden. Im dritten Schritt sollen die methodologischen Fragen, die sich aus dem Modell ergeben, erörtert werden. Auch hier erscheint das Modell von Esser vielversprechend, da mit dem Verweis auf den methodologischen Individualismus eine optimale Passung zwischen theoretischen Überlegungen und methodischem Vorgehen besteht. Im letzten Schritt soll das Modell vor dem Hintergrund der zentralen Gütekriterien, die an Theorien zu stellen sind, gewürdigt werden. Dies sind insbesondere die *Reichweite*, die *Einfachheit* und die *Exaktheit*.

Andreas Ziemann

Kommunikationstheorie als Gesellschaftstheorie

Das gleichermaßen klassische wie immer noch aktuelle Grundproblem der Soziologie lautet: *Wie ist Gesellschaft möglich?* Diese genuin Kantische Fragestellung wurde von Niklas Luhmann transformiert in: *Wie ist soziale Ordnung möglich?* Und es zeigt sich, dass diese Wendung in besonderer Weise kommunikationstheoretisch motiviert ist. Genau besehen, zielt die gesellschaftstheoretische Ordnungsfrage auf folgende zwei kommunikationstheoretische Problemstellungen ab: (1) *Wie ist Kommunikation möglich?* (2) *Wie lassen sich spezifische Kommunikationen erwartbar reproduzieren?* Die erste Frage bezieht sich auf das Unwahrscheinlichkeitstheorem von Kommunikation und ist konstitutionsanalytischer Natur. Die zweite Frage bezieht sich auf das Theorem gesellschaftlicher Differenzierung und ist strukturtheoretischer Natur. Man könnte auch weiter spezifizieren: Die erste Frage ist eine sozialtheoretische Angelegenheit, die zweite eine gesellschaftstheoretische.

Als Referenz für die zweite Problemstellung fungiert die Idee der Weltgesellschaft. Entsprechend entsteht Klärungsbedarf, wie trotz der generellen *Formhomogenität* des Sozialen durch die Elementaroperation ‚Kommunikation‘ eine jeweilige *Formdifferenz* und -spezifik entsteht, welche weltweit die Funktionsautonomie der Gesellschaftssysteme und Selbsterkennbarkeit bestimmter Kommunikationsformen garantiert. Es ist zu beschreiben (und zu diskutieren), wie die moderne Weltgesellschaft einerseits die Gleichzeitigkeit vielfältiger sozialer Operationen und andererseits die Gleichförmigkeit systemspezifischer Rationalitätslogiken realisiert. Denn augenscheinlich zeigt sich eine Struktur von: weltweit unproblematischen Verstehensanschlüssen, verblüffend ähnlichen ‚sets‘ an Institutionen und Organisationen sowie prinzipiell gleichen Inklusionsmöglichkeiten. Der Ausblick konzentriert sich schließlich auf (a) die Frage gesellschaftlicher Ordnung unter Strukturbedingungen einer Mediengesellschaft und (b) die Fragen einer „Mediatisierung“ der Gesellschaft.

Literatur:

Luhmann, Niklas (1984): *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Teilbände. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Stichweh, Rudolf (2000): Die Weltgesellschaft. Soziologische Analysen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Oliver Zöllner

„Cultural Citizenship“, „Integrationskanal“ und Perspektiven interkultureller Kommunikation

"Cultural Citizenship", "Integrationskanal" und Perspektiven interkultureller Kommunikation
 Dieser Beitrag zeigt transdisziplinäre Anschlusspotenziale kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen für die Erforschung interkultureller Identität auf. Er verwendet hierzu als Fallbeispiel eine jüngere Diskussion aus der Medienpraxis – den geplanten ARD-"Integrationskanal" – und die Rezeption des ursprünglich politologischen Konzepts der "cultural citizenship" in der deutschen Kommunikationswissenschaft.

Zum Hintergrund: Anfang Juni 2004 hat Bremens Bürgermeister Scherf ein "deutsch-türkisches Integrationsfernsehen" vorgeschlagen. Zielgruppe sei "eine integrationswillige Minderheit", die Mangels Angebot nur ihre türkischen 'Heimatsender' schaue. Der Vorschlag hat in der ARD umgehend Akzeptanz gefunden. Er wurde rasch dahin gehend erweitert, nicht nur türkischstämmige Einwanderer und ihre Nachfahren als Zielgruppe ins Auge zu fassen, sondern auch Migranten mit anderem kulturellen Hintergrund.

Auf der wissenschaftlichen Ebene verweist der geplante "Integrationskanal" auf konzeptionelle (zum Teil verwobene) Problemfelder, die Grund legende Fragen des Zusammenhalts von Gesellschaften berühren: Partizipation/Integration/Assimilation/Segregation, Inklusion/Exklusion, (Staats-)Bürgerschaft, Kultur/Nation/Ethnie und Identität.

Literatur:

- Elwert, Georg (1989): Nationalismus und Ethnizität. Über die Bildung von Wir-Gruppen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 41, S. 440-464.
- Klaus, Elisabeth / Lünenborg, Margreth (2004): Cultural citizenship. Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 52, S. 193-213.
- Morley, David / Robins, Kevin (1995): Spaces of identity. Global media, electronic landscapes and cultural boundaries. London, New York.