

### 3.1. (Meta-)Theorien

*Tilman Sutter*

Keywords: Cultural Studies, Handlungstheorie, Kritische Theorie, Poststrukturalismus, Systemtheorie

#### 1 Einleitung

Die Mediensoziologie steht in einem gesellschaftstheoretischen Rahmen: In diesem Rahmen geht es um Formen, Funktionen und Leistungen von Medien in der (modernen) Gesellschaft. Die Art der soziologischen Gesellschaftsanalyse und die Art der Medienanalyse bedingen sich gegenseitig: Für soziologische Theorien der Medien wie die kritische Medientheorie oder die Systemtheorie der Medien dient eine bestimmte gesellschaftstheoretische Ausrichtung als zentrale Grundlage. So führt etwa die Kritik der kapitalistischen Gesellschaft zu einer bestimmten Form der Medienkritik als Theorie der Kulturindustrie. Der kapitalistischen Verfassung der Gesellschaft entspricht die industrielle Produktion und Verbreitung von Kulturgütern in den Massenmedien. Ganz anders verfährt die Systemtheorie der ausdifferenzierten modernen Gesellschaft, die Formen, Leistungen und Funktionen des Mediensystems in der Gesellschaft analysiert. Massenmedien bieten hier unverzichtbare Möglichkeiten der Selbstbeobachtung und Selbstbeschreibung der Gesellschaft. Weiterhin stehen Theorien der Mediensoziologie im Rahmen einer allgemeinen Soziologie, von der sie grundlegende Begriffe wie Kommunikation, Interaktion, Medien- und Massenkommunikation beziehen.

Theorien der Mediensoziologie betonen die besondere Bedeutung von Medien in der Gesellschaft. In früheren Zeiten und auch in neueren Medienanalysen wurde diese Bedeutung als *Macht der Medien über Menschen*, als (strategisch einsetzbare) Medienwirkung, ja als Manipulation und Überwältigung der Menschen durch Medien beschrieben. Diese Medienanalysen waren oftmals verbunden mit pointierten Medienkritiken, die auf die Eigenlogik und die starken Einflüsse der Medien, insbesondere des Fernsehens abzielten. Marshall McLuhan (1970) sagte das Ende der „Gutenberg-Galaxis“ voraus: Das Fernsehen setzt das Buch und das Lesen unter Druck und schwächt diesen Bereich der Massenmedien. Neil Postman (1993) polemisierte gegen die unübersehbare Herrschaft der Unterhaltung im Fernsehen: „Wir amüsieren uns zu Tode“. Im Fernsehen wird alles in unterhaltsamer Form präsentiert. Die Unterhaltungsformate, mit denen die Welt dargeboten wird, werden zum Modell der Welt: Alles verkommt zur Show, zum 'Event'. Richard Sennett (1983) hat die Entpolitisierung einer auf Personen zentrierten politischen Willensbildung kritisiert. Pierre Bourdieu (1998) hat eindringlich vor den Gefahren des Fernsehens für verschiedene Bereiche des kulturellen und politischen Lebens gewarnt.

Unterhalb dieser Medienanalysen und -kritiken erschließt sich die grundlegende gesellschaftliche Bedeutung der Medien aus dem Zusammenhang von *Gesellschaft, Kommunikation und Medien*. Soziale Prozesse in der Gesellschaft vollziehen sich in vielfältigen Formen der Kommunikation. Als *Ausgangspunkt* dient deshalb der *Begriff der Kommunikation* und nicht etwa der Begriff einer Gesellschaft als Gesamtheit ihrer Mitglieder oder als Produkt sozialen Handelns der Menschen. Solche Vorstellungen stoßen sehr schnell an Grenzen, wenn man z.B. Prozesse der öffentlichen Meinung untersucht. Öffentliche Meinung, auch wenn der Begriff dies nahelegen scheint, kann in der komplexen, modernen Gesellschaft nicht als eine Gesamtheit bzw. Mehrheit von Einzelmeinungen verstanden werden. Die Meinungen der Menschen können nicht laufend erfasst werden. Stattdessen bildet die öffentliche Meinung eine gesellschaftliche, kommunikative Konstruktion, die sich mittels massenmedialer Verbreitung als Orientierungsrahmen durchsetzt – was auch immer die meist unbekannt bleibenden Meinungen der Gesellschaftsmitglieder sein mögen. In diesem Sinne kann Gesellschaft als „das umfassende System aller aufeinander Bezug nehmenden Kommunikationen“ (Luhmann, 1986, S. 24) begriffen werden. Gesellschaftliche Entwicklungen sind direkt mit Entwicklungen neuer Kommunikationsmedien verbunden. Hierbei ist die Gesellschaft vor allem auf Verbreitungsmedien angewiesen (vgl. Merten, 1994 a). In ihrer Entstehung und Weiterentwicklung von Schrift und Druck bis zu den heutigen elektronischen Medien lösen sie das Problem einer zunehmend ausdifferenzierten und komplexen Gesellschaft, wie Kommunikation über größere räumliche und zeitliche Distanzen hinweg verbreitet werden kann (vgl. Luhmann, 1997, S. 505ff.). In unserer modernen Gesellschaft wird dieses Problem durch Massenmedien gelöst, was unter anderem die oftmals festgestellte hohe Abhängigkeit gesellschaftlicher Bereiche und der Gesellschaftsmitglieder vom Mediensystem bedingt. Die gesellschaftlichen Kommunikationen entfalten dabei eine rasch zunehmende Dynamik, wobei eine immer schneller wachsende Kommunikationsflut von immer mehr Medien verbreitet wird, sodass wir in unserem Alltag immer mehr Medien nutzen (vgl. Münch, 1995). Die überragende Bedeutung der Medien für die heutige Gesellschaft kommt in dem häufig benutzten Schlagwort von der „Mediengesellschaft“ (vgl. Imhof, 2006) zum Ausdruck. Das Schlagwort der Mediengesellschaft bedeutet unter anderem, dass eine zunehmende Mediatisierung vieler gesellschaftlicher Bereiche zu beobachten ist. Die verschiedenen gesellschaftlichen Bereiche wie Politik, Wirtschaft, Wissenschaft usw. müssen sich den Ansprüchen und Erfordernissen des Mediensystems anpassen, um öffentlich wahrgenommen zu werden.

Theorien der Mediensoziologie untersuchen nicht nur die Formen, Leistungen und Funktionen des Mediensystems. Darüber hinaus stellt sich die Frage, *wie Menschen mit Medien umgehen*, wie sie Medien nutzen. Diese Frage steht vor dem Hintergrund weiter Teile der Mediensoziologie, die die Macht der Medien hervorheben und dabei tendenziell von einem passiven Publikum ausgehen, das den Medieneinflüssen ausgeliefert ist. Subjekt- und handlungstheoretische Medienanalysen rücken dagegen das aktive Publikum in den Vordergrund. Im Prozess der Medienkommunikation werden Bedeutungen von Medien nicht einfach übertragen bzw. übermittelt, sondern von Le-

serInnen, HörerInnen und ZuschauerInnen aktiv hervorgebracht. Diese subjektive Verarbeitung von Medienangeboten vollzieht sich in unterschiedlichen sozialen Kontexten. Die subjekt- und handlungstheoretische Medienforschung hat sich vornehmlich auf der Grundlage des Symbolischen Interaktionismus gegen die vorherrschende kommunikationswissenschaftliche Medienwirkungsforschung herausgebildet, die überwiegend von kontextfreien, direkten Wirkungen von Medieninhalten auf ein passives Publikum ausging (vgl. Teichert, 1973).

Die nachfolgende Übersicht über Theorien der Mediensoziologie richtet sich neben der chronologischen Abfolge hauptsächlich an einem *grundlegenden Bezugsproblem* sozialwissenschaftlicher Medienanalysen aus: dem *Verhältnis von medienzentrierten und rezeptions- bzw. publikumszentrierten Perspektiven*. Als mediensoziologisches Bezugsproblem wird es mit den Beziehungen zwischen Gesellschafts- und Medienanalyse verbunden. Zunächst wird mit der Kritischen Medientheorie gezeigt, in welcher Weise bestimmte Formen der Medienanalyse und Medienkritik in eine bestimmte Gesellschaftstheorie eingebunden sind, wobei das Problem einer medienzentrierten Sichtweise eine zentrale Rolle spielt (2). Geradezu verabsolutiert wird die Stellung der Medien in poststrukturalistischen Theorien (3). Den entgegengesetzten Pol markieren subjekt- und handlungstheoretische Medienforschungen auf der Grundlage des Symbolischen Interaktionismus (4). Die Cultural Studies zeigen Wege auf, sowohl Aspekte der Eigenlogik des Mediensystems als auch Freiheiten des Umgangs mit Medien zu berücksichtigen (5). Die besondere Bedeutung der soziologischen Systemtheorie liegt darin, die Analyse des Mediensystems in eine aktuelle Analyse der gegenwärtigen, funktional ausdifferenzierten Gesellschaft einzubetten (6).<sup>1</sup>

## 2 Kritische Medientheorie

### 2.1. Kritische Theorie der Gesellschaft

Die Kritische Theorie betreibt ihre Medienanalysen im Rahmen einer *kritischen Theorie der Gesellschaft*. Diese Theorie zielt nicht nur auf eine angemessene Beschreibung der modernen Gesellschaft, sondern darüber hinaus auch auf eine Beurteilung gesellschaftlicher Verhältnisse ab. In der frühen Kritischen Theorie meint Gesellschaftskritik vor allem eine Kritik kapitalistischer Verhältnisse. Gegen die herrschenden gesellschaftlichen Verhältnisse wird das Ideal des autonomen, selbstbestimmten Subjekts gesetzt. In diesem Zusammenhang werden auch die verschiedenen Bereiche der Kultur und der Umgang der Gesellschaftsmitglieder mit Kultur gesehen. Im Zentrum steht die Frage der Rationalität von Kultur und Medien: Medien- und Kulturkritik müssen grundlegend als Gesellschaftskritik angelegt werden, weil diese Bereiche in den Sog der kapitalistischen Herstellung und Verwertung geraten. Kultur passt sich der kapitalistischen Verfassung der Gesellschaft an und wird mehr und mehr zu einer „Kulturindustrie“ (vgl. Müller-Doohm, 2000). Bei diesem Prozess spielt das

<sup>1</sup> Einige Teile des vorliegenden Textes greifen zurück auf Sutter (2013).

System der Massenmedien eine entscheidende Rolle. Die Massenmedien bestimmen die Produktion und Verbreitung von Kultur. Unter den kapitalistischen Verhältnissen massenmedial verbreiteter Kommunikation wird Kultur zur (Massen-)Ware, produziert und reproduziert durch die herrschende Kulturindustrie.

## 2.2. Kritische Medientheorie

Die *Kritische Medientheorie* von Adorno und Horkheimer sieht in der Form massenhafter Herstellung und der massenmedialen Verbreitung von Kulturgütern jene Logik, die sich der Kultur der kapitalistischen Gesellschaft als allumfassender, überwältigender Zwang einschreibt. Kultur muss den Kriterien der Vermittelbarkeit durch die Medien und der Konsumierbarkeit durch das Publikum genügen (vgl. Horkheimer & Adorno, 1985). Indem sich die Kultur diesen Kriterien anpasst, wird sie zunehmend standardisiert, kommerzialisiert, trivialisiert und dient oberflächlichen Unterhaltungsbedürfnissen. Diese Tendenzen kulturindustrieller Zurichtung der Kultur können in unterschiedlichen Bereichen der Kultur und in unterschiedlichen Medien aufgedeckt werden. In seinem „Prolog zum Fernsehen“ schlägt Adorno eine Brücke von der Musik- zur Fernsehkritik: „Was längst der Symphonie geschah, die der müde Angestellte, in Hemdsärmeln seine Suppe schlürfend, mit halbem Ohr toleriert, geschieht nun auch den Bildern. Sie sollen seinem grauen Alltag Glanz spenden und doch ihm selbst wesentlich gleichen: so sind sie vorweg vergeblich“ (Adorno, 1996, S. 73). Was einmal die anspruchsvolle Aneignung von Büchern, Musik, Filmen, Bildern usw. war, die erhebliche Voraussetzungen und Mühen erforderte, wird zum leichten Konsum kultureller Güter, die hauptsächlich Bedürfnisse nach Unterhaltung und Zerstreung befriedigen.

## 2.3. Theorie der Kulturindustrie

Die *Theorie der Kulturindustrie* nimmt vor allem die Form der Massenkommunikation in den Blick. Die Kritische Medientheorie schließt von der strukturrekonstruktiven Analyse der Formen der Massenmedien auf die Wirkungen bei den RezipientInnen. Diese sind dem unausweichlichen Zwang der massenmedialen Zurichtung der Kultur unterworfen. Die Kulturindustrie bewirkt notwendig Tendenzen der Entfremdung, Verblendung und dumpfen Zerstreung der ZuschauerInnen, HörerInnen und LeserInnen (vgl. Horkheimer & Adorno, 1985). Diese Wirkungen liegen aber nicht wie in der kommunikationswissenschaftlichen Medienwirkungsforschung auf der Ebene der Inhalte und können deshalb nicht einfach inhaltsanalytisch der Oberfläche der Medienangebote entnommen werden. Vielmehr analysiert die Kritische Medientheorie tiefer liegende strukturelle, gesellschaftlich bedingte Sinnzusammenhänge der Medienangebote. Es sind die Formen der massenhaften Vervielfältigung und Verbreitung sowie Bedingungen der allgemeinen Zugänglichkeit, die Kultur zur Ware machen. Zweifellos liegt der Kritischen Medientheorie eine *entschieden medienzentrierte Sicht* zugrunde. Zwar wird zugestanden, dass diese Untersuchungsperspektive durch Rezeptionsanalysen bzw. Analysen unbewusster Wirkungen zu ergänzen wäre (vgl. Adorno, 1996, S. 75 f.), zugleich wird aber vermutet, dass die Rezeptionsgewohnheiten

der Subjekte sich den gefundenen strukturlogischen Zwängen der Massenmedienkultur nicht entziehen können.<sup>2</sup>

## 2.4. Neuere Kritische Theorie

Die neuere Kritische Theorie stellt Gesellschaftsanalysen und Kulturkritik auf Rationalitäts- und diskurstheoretische Grundlagen (vgl. Habermas, 1981). Im Zentrum steht die Frage nach Bedingungen und Möglichkeiten *verständigungsorientierten Handelns*. Medienanalysen im Rahmen der neueren Kritischen Theorie richten sich vor allem auf den Bereich der Öffentlichkeit. In modernen Gesellschaften wird Öffentlichkeit vornehmlich massenmedial hergestellt, d.h., öffentliche Kommunikation verläuft in Form von Massenkommunikation (vgl. Gerhards & Neidhardt, 1991). Diese Entwicklung wird in der soziologischen *Theorie der Öffentlichkeit* von Jürgen Habermas kritisch analysiert. Habermas (1990) untersucht im „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ die Entstehung und die Bedeutung bürgerlicher Öffentlichkeit während der letzten Jahrhunderte: Während die bürgerliche Öffentlichkeit in Form von Diskussionen und diskursiven Auseinandersetzungen zur freien politischen Meinungsbildung beiträgt, drängen die Massenmedien unserer Tage das Publikum in die Privatheit passiv rezipierender Subjekte zurück. Das Ideal aufgeklärter Öffentlichkeit emanzipierter BürgerInnen dient als Maßstab dieser Analyse. Die Rekonstruktion des Strukturwandels der Öffentlichkeit steht zwar auf der Grundlage der oben erörterten Theorie der Kulturindustrie, ohne jedoch eine pauschale These der Manipulation und Verblendung durch Massenmedien zu verfolgen. Habermas beschreibt den Wandel vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum: Das kulturräsonierende Publikum trifft sich in Debattierkreisen und Lesezirkeln. Dort eignet es sich Kultur aktiv an und bildet eine kritische Öffentlichkeit. Durch die marktförmige Organisation und massenmediale Zurichtung und Verbreitung von Kultur zerfällt diese Öffentlichkeit in einzelne, passiv konsumierende RezipientInnen. „Mit der privaten Form der Aneignung entfällt auch die öffentliche Kommunikation über das Angeeignete“ (ebd., S. 252). Selbst öffentliche kulturräsonierende Debatten werden nun massenmedial organisiert und verbreitet (Podiumsdiskussionen, Talks etc.). Es setzt sich die Logik der Massenkommunikation durch: Die neuen, elektronischen Medien „beschneiden, im Vergleich zu gedruckten Mitteilungen, eigentümlich die Reaktionen des Empfängers“ (ebd., S. 261). Sie nehmen dem Publikum die „Distanz der ‚Mündigkeit‘, die Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können“ (ebd.). Zwar mehren sich die Anzeichen für das Zurückdrängen bürgerlicher Öffentlichkeit und kritischer politischer Willensbildung im Zeitalter der Massenmedien. Immer wieder werden Gefahren für die Demokratie beschworen: Politik als Prozess diskursiver Willensbildung wandelt sich unter dem Druck massenmedial wirksamer Inszenierungen

<sup>2</sup> Eine neuere Form dieser Medienkritik findet sich in den Fernsehanalysen von Ulrich Oevermann (1983). Auch hier werden die tiefer liegenden Sinnstrukturen herausgearbeitet, die den massenmedial verbreiteten Inhalten zugrunde liegen. Es handelt sich um eine Logik der Selbstinszenierung, die vor allem das Leitmedium Fernsehen auszeichnet und die mit Merkmalen wie Personalisierung, Moralisierung, Pseudo-Vergemeinschaftung, Pseudo-Authentizität usw. gefasst werden kann.

mehr und mehr zu „Symbolpolitik“ (vgl. Meyer, 1994, S. 137ff.). Allerdings nennt Habermas (1990, S. 29 f.) im rückblickenden Vorwort zur Neuauflage des Buches auch Befunde, die dafür sprechen, dass die Entwicklungslinie vom politisch aktiven, kulturräsonierenden zum privatistischen, kulturkonsumierenden Publikum von ihm zu einfach und direkt gezogen worden ist. Das kritische Potenzial eines ausdifferenzierten Massenpublikums muss positiver gewürdigt werden. Hier muss man sich die weiter ausdifferenzierten Verhältnisse von Medien, Publikum und politischer Kultur genauer ansehen (vgl. Neuberger, 2009).

### 3 Poststrukturalistische Medientheorie

Die poststrukturalistische Medientheorie kritisiert zentrale Grundlagen der Kritischen Medientheorie, die als nicht mehr zeitgemäß zurückgewiesen werden. Sie wendet sich gegen jede Medienkritik, die der Logik der (kapitalistischen) Produktion folgt (vgl. Baudrillard, 1978). Der Poststrukturalismus leistet eher eine Kritik herrschender Theorien, als selbst eine einheitliche Theorie zu bilden: Die unterschiedlichen Ansätze treffen sich darin, dass sie „nicht von Gewissheiten, sondern von deren Auflösung, nicht von Begründungen, sondern von deren Verschwinden sprechen – sei es des Menschen (Foucault), der Präsenz (Derrida), der Repräsentation (Baudrillard), der großen Erzählungen (Lyotard) oder des Raumes (Virilio).“ (Pias, 2003, S. 277). Ein zentrales Merkmal poststrukturalistischer Theorien ist ein Denken vom „Vorrang der Zeichen“ (vgl. Wenzel, 2000). Es folgt der Umstellung der Zeichentheorie von Identität auf Differenz: Bedeutung erhält ein Zeichen aus der Differenz zu anderen Zeichen (Signifikantenketten), nicht aufgrund einer Ähnlichkeit mit anderen Zeichen oder gar der Korrespondenz mit seinem Referenten.

In diesem Rahmen eines Denkens vom Vorrang der Zeichen zieht die poststrukturalistische Medientheorie Konsequenzen aus der zunehmenden Komplexität der gesellschaftlichen Wirklichkeit. Sie geht vom Verschwinden einer Realität in Beziehung zu erkennenden und handelnden Subjekten aus. An die Stelle der Subjekte in Beziehung zu einer realen Außenwelt treten Medien, Sprache und Texte, die zwischen Subjekten und der Außenwelt liegen. Medien und Zeichen sind nicht Produkte handelnder Subjekte, sondern konventionelle Setzungen, deren Entstehung nicht mehr rekonstruiert werden kann: Alles scheint immer schon vermittelt durch Medien. Dieser Umstand wird in den Medien selbst inszeniert und dargestellt: Fernsehen erscheint oftmals wirklicher als die Wirklichkeit.

Diese Theorie der neuen Medien, wie sie insbesondere von Jean Baudrillard formuliert worden ist, verabschiedet herkömmliche Kategorien, wodurch der *Vorrang der Medien* gesichert wird, der den systematischen Ausgangspunkt der Analysen bildet: Vor dem Horizont neuer medialer Kommunikationsformen verschwinden Realität, Dialog und Autorenschaft, bürgerliche Öffentlichkeit, Bedeutungen, linear geordnete Texte und Sprache (vgl. Baudrillard, 1978; Bolz, 1992). Die technischen Standards von Computern und Massenmedien werden zu neuen Grundlagen unseres Weltver-

hältnisses (vgl. Baudrillard, 1989). Dieses ist bestimmt durch leere, inhaltslose Sinnformen, sodass die Auswirkungen der elektronischen Massenmedien nicht mehr als Übertragungsprozesse gefasst werden können. Baudrillard (1978, S. 91) begreift die Massenkommunikation als „Rede ohne Antwort“, d.h., die Einseitigkeit der Kommunikation verhindert einen wechselseitigen Austausch, der allenfalls vorgetäuscht wird. In diesem Punkt trifft sich diese Theorie mit der Kritischen Medientheorie.

Baudrillard zufolge haben die neuen Medien eine Kultur der *Simulation und Täuschung* zur Folge, der nichts mehr entgeht. Die Wirklichkeit vollzieht sich auf dem Bildschirm und die Aufklärungsmöglichkeiten, wie sie die Kritische Medientheorie im Auge hat, verlieren sich in den medialen Inszenierungen. Damit stehen wir vor einer Verabsolutierung der medialen Form: „Das genau ist Massenmediatisierung. Nämlich kein Ensemble von Techniken zur Verbreitung von Botschaften, sondern das Aufzwingen von Modellen. [...] In Wirklichkeit ist das Medium das Modell. Das Mediatisierte ist nicht das, was durch die Presse, über das Fernsehen und das Radio läuft, sondern das, was von der [...] Form mit Beschlag belegt, als Modell artikuliert und vom Code reguliert wird“ (ebd., S. 99). Eine gewisse Nähe dieser medienzentrierten Sichtweise zur Theorie der Kulturindustrie ist unübersehbar, sie ist allerdings ganz anders angelegt: Das Modell des Mediums trifft auf nichts anderes, das außerhalb liegt und auf das es bezogen werden könnte. „Es gibt keine Medientheorie“ (ebd., S. 83). Jede Form von Beobachtung, Analyse und Kritik der Medien ist selbst immer schon in Medien eingebunden. Diesen Umstand bringt die Simulationsthese zum Ausdruck: Dieser These zufolge können wir nichts wissen, was nicht immer schon von Medien formatiert, gespeichert und übertragen wird. Daraus resultiert ein *Kollaps des Realen*. Hier werden tiefe Differenzen zur Kritischen Medientheorie sichtbar. Es geht nicht mehr um Aufklärung realer Verhältnisse, sondern eine Kritik des scheinbar Realen. Am Beispiel des Golfkrieges wird die paradoxe Radikalität dieser Sichtweise deutlich. Nach Baudrillard (1994) ist dieser Krieg eine Illusion, eine zweitklassige Inszenierung, eine Orgie der Simulation gewesen: „Wenn man nur einen Bruchteil dessen ernst nimmt, was in den Fernsehnachrichten geschieht, ist man schon reingefallen. [...] Es geht nicht darum, für oder gegen den Krieg zu sein. Es geht darum, für oder gegen die Realität des Krieges zu sein. Die Analyse [...] muß voll und ganz gegen die Realität gerichtet werden, gegen die Evidenz [...] dieses Krieges“ (ebd., S. 102 f.).

Die ungebrochene Bedeutung und Aktualität poststrukturalistischer Theorien liegen darin, Diagnosen der fortschreitenden Mediatisierung unserer Lebensbereiche in der Mediengesellschaft aufzunehmen. Dabei führt der Wechsel von einer identitätstheoretischen zu einer differenztheoretischen Vorgehensweise zu einem Vorrang der Medien: Nach den Fragen der Produktion stehen nun Fragen der Zirkulation und der medialen Erzeugung von Wirklichkeit im Vordergrund. Es sind die Medien, die die Welt des Menschen hervorbringen. Diese Absolutstellung der Medien lässt die Frage offen, welche Rolle Medien in der Subjektbildung spielen und wie sich Subjekte Medien aneignen. Damit sind insbesondere handlungstheoretische Medienforschungen befasst.

#### 4 Handlungstheoretische Medienforschung

Theorien der Mediensoziologie sind wie auch die anderen sozialwissenschaftlichen Medientheorien mit einer langen und einflussreichen Tradition kommunikationswissenschaftlicher Medienwirkungsforschung konfrontiert. Kommunikation wird in dieser Tradition vielfach als Prozess der Übertragung von Informationen und Bedeutungen begriffen. In den frühen, einfachen Medienwirkungsmodellen wird der Prozess der Medienkommunikation im Schema von (Medien-)Reiz und (Publikums-)Reaktion gefasst, d.h., Medieninhalte sind Ursachen entsprechender Wirkungen auf der Seite der RezipientInnen (vgl. Merten, 1994 b). Die Ursache wird medienzentriert, die Wirkung personenzentriert begriffen. Man schließt von der Dauer und der Art der Medieninhalte auf die Wirkung bei den RezipientInnen. Die RezipientInnen müssen als passiv den Medienangeboten ausgelieferte Subjekte gedacht werden.

Diese Vorstellungen sind nicht mit soziologischen Begriffen der Kommunikation und des sozialen Handelns und entsprechenden Medientheorien vereinbar, die auf die Konstruktion von Bedeutungen in sozialen Kontexten abheben. Zwar setzen auch kommunikationswissenschaftliche Forschungen den medienzentrierten Wirkungsforschungen eine Perspektive entgegen, die auf die Aktivitäten und die Bedürfnisse des Publikums bzw. der RezipientInnen abhebt, den „Uses-and-Gratifications-Ansatz“: Aber auch dieser Perspektive fehlt eine *Theorie sozialen Handelns*, die den konstruktiven und kontextgebundenen Umgang mit Medien verständlich macht (vgl. Renckstorf, 1989). Auf dieses Problem reagiert eine mediensoziologische Handlungstheorie auf der Grundlage des „symbolischen Interaktionismus“ (vgl. Teichert, 1973). Mit diesem Begriff werden zentrale Einsichten der Sozialtheorie George H. Meads (1973) zusammengefasst: Bedeutungen sind nicht lediglich subjektive, sondern soziale Konstruktionen, die in einer Abfolge sozialer Handlungen aufgebaut werden. Bedeutungen zu verstehen setzt einen Prozess der sozialen Rollen- bzw. Perspektivenübernahme bei den Handelnden voraus. Grundlegend ist dabei der Gedanke der *Wechselseitigkeit von Handlungsperspektiven*, durch die eine Vermittlung von Individuum und Gesellschaft ermöglicht wird.

Aus dieser Sicht einer allgemeinen soziologischen Handlungstheorie wird Massenkommunikation als eine spezielle Form sozialen Handelns konzipiert, die eine Wechselseitigkeit der Perspektiven von MedienakteurInnen und RezipientInnen voraussetzt. Es besteht nur ein gradueller und kein grundlegender Unterschied zwischen Massenkommunikation und Formen der interpersonalen Kommunikation. Massenkommunikation als soziales Handeln ist wie alle anderen Arten sozialen Handelns auf die Wechselseitigkeit von Handlungsperspektiven angewiesen (vgl. Reeves & Nass, 1996). Damit können in der Mediensoziologie traditionelle Theorien sozialen Handelns direkt für die Analyse der Prozesse von Massenkommunikation genutzt werden. Grundlegend herausgefordert wird diese Theorie allerdings durch Begriff und Form der Massenkommunikation: Massenkommunikation verläuft einseitig von einem Sender an ein verstreutes, unbekanntes Publikum, also gerade nicht in Form sozialer Interaktionen, in denen anwesende Personen in direktem Kontakt zueinander

stehen. Es ist die Wechselseitigkeit von Handlungsperspektiven, die hier nicht gegeben ist. Dennoch wird die Massenkommunikation als dialogischer Prozess begriffen, wobei auf die Verschränkung bzw. Verwobenheit von Massenkommunikation und interaktiven Alltagskommunikationen abgestellt werden kann (vgl. Charlton, 2001). Medienkommunikationen implizieren die wechselseitige Verschränkung von sozialen Handlungsperspektiven, die von den MedienakteurInnen ebenso wie von den MedienrezipientInnen unterstellt werden müssen. Diese Unterstellungen arbeiten insbesondere die Forschungen zur „parasozialen Interaktion“ (vgl. Horton & Wohl, 1956; Vorderer, 1996) heraus. Die handlungstheoretische Medien- und Rezeptionsforschung berücksichtigt die sozialen Kontexte und subjektiven Voraussetzungen der Medienkommunikation, wodurch sich das Bild des Verhältnisses von Medienangeboten und Medienrezeptionen vor dem Hintergrund der bereits erörterten medienzentrierten Theorien grundlegend wandelt.

#### 5 Cultural Studies

Jenseits einer soziologischen Medientheorie, die auf mediale Zwänge und Einflüsse abhebt, und einer handlungstheoretischen Mediensoziologie, die subjektive und soziale Umgangsweisen mit Medien in den Mittelpunkt stellt, steht die Mediensoziologie vor einem grundlegenden Problem: Wie lassen sich diese Aspekte miteinander verbinden? Die Medienanalysen der Cultural Studies eröffnen hier weiterführende Perspektiven, indem sie versuchen, kritische Gesellschaftsanalysen mit einer rezeptions- und praxisorientierten Perspektive eines kontextbezogenen Umgangs mit Medien zu verbinden. Kritische Medienanalysen müssen neben der *medialen Formproblematik* auch *kontextbezogene Aneignungsweisen* von Medien untersuchen. Das Ziel besteht darin, nicht jeweils einseitig die Macht der Medien gegen die Autonomie der RezipientInnen auszuspielen, sondern beide Seiten der Medienkommunikation zu berücksichtigen. Ausgangspunkt der – im Übrigen recht heterogenen – Ansätze der Cultural Studies ist eine Analyse des Verhältnisses von Kultur, Medien und Macht (vgl. Winter, 1997). Kultur ist in machtförmige Auseinandersetzungen und vielfältige Verhältnisse sozialer Ungleichheit eingebunden und wird in Form kultureller Praktiken und verfügbarer kultureller Produkte beschrieben. Kultur wird beständig von einem Kampf um Bedeutungen geprägt. Den Hintergrund hierfür bilden der fehlende kulturelle Konsens und die Vielfalt an Wertorientierungen in der modernen Gesellschaft. Die Cultural Studies nehmen eine zentrale mediensoziologische Fragestellung auf: Wie ist das Verhältnis zwischen der Eigenlogik, der Macht bzw. dem Einfluss der Medien einerseits und der Freiheit und Eigenwilligkeit oder aber Abhängigkeit der RezipientInnen andererseits?

Als beispielhaft für die Pole „Macht der Medien“ und „Macht des Publikums“ können zwei Ansätze der Cultural Studies herangezogen werden: Auf Fragen der Macht der Medien zielt das „Encoding/Decoding“-Modell von Stuart Hall, den eigensinnigen Umgang der RezipientInnen mit Medien macht die Diskursanalyse von John Fiske deutlich (vgl. ebd.). Im Gegensatz zur Theorie der Kulturindustrie von Adorno

wird dabei die Populärkultur aufgewertet, die keineswegs so trivial, nivelliert und standardisiert gesehen wird, wie dies die Kritische Medientheorie behauptet (vgl. Fiske, 1987). In den Analysen der Fernseh- und Populärkultur wird die Unabgeschlossenheit und Mehrdeutigkeit populärer Texte hervorgehoben. „To be popular, then, television must be both polysemic and flexible. [...] I shall characterize the television text as a state of tension between forces of closure, which attempt to close down its potential of meanings in favor of its preferred ones, and forces of openness, which enable its variety of viewers to negotiate an appropriate variety of meanings“ (ebd., S. 84). FernsehzuschauerInnen stellen im Umgang mit Medien in konkreten gesellschaftlichen Situationen aktiv Bedeutungen her. Medienangebote werden dabei als „Texte“ gefasst, RezipientInnen als „LeserInnen“ dieser Texte. Entscheidend ist nun, dass Medienangebote als bedeutungsoffene Texte beschrieben werden können. Diese „Textoffenheit“ von Medienangeboten wird von den Cultural Studies als zentraler Baustein für die Analyse von Freiräumen für unterschiedliche Umgangsweisen mit Medien expliziert. Textoffenheit ist also auch im Rezeptionsprozess zu verorten: „The production of meaning from a text follows much the same process as the construction of subjectivity within society. The reader produces meanings that derive from the intersection of his/her social history with the social forces structured into the text. The moment of reading is when the discourses of the reader meet the discourses of the text“ (ebd., S. 82).

Stuart Hall (1980) hat diesen Prozess unter der Frage analysiert, welche Macht die Medien ausüben können. Zwar gibt es eine Eigenlogik kultureller Prozesse, die aber nicht direkt, sondern nur in Relationen zwischen Medienproduktion und Medienrezeption wirksam wird. Dies wird mit dem „Encoding/Decoding“-Modell untersucht: Medienproduktion bzw. die Bedeutung des Medienangebots und der Medienrezeption werden als „Encoding“ und „Decoding“, als zwei relativ eigenständige Prozesse begriffen. Die Macht der Medien wird mittelbar über „Decoding“-Prozesse wirksam, also über die Aktivitäten der RezipientInnen. Diese Aktivitäten stehen jedoch im Kontext gesellschaftlicher Konflikte (wie z.B. Klassengegensätze). In diesem Modell werden also die Vorgaben medialer Texte und die Eigensinnigkeit des Umgangs mit Medien miteinander verbunden. Dabei werden unterschiedliche Formen von *Text-Leser-Interaktionen* sichtbar, und es wird die Offenheit medialer Texte (Textoffenheit) berücksichtigt. Die *Bedeutungsoffenheit medialer Texte* kann in subjektiven Rezeptionsprozessen und in sozialen, kommunikativen Aneignungsprozessen („Interpretive Communities“) verarbeitet werden (vgl. Jensen, 1990). Das Konzept der Textoffenheit ist damit sowohl in Forschungen zur kommunikativen Aneignung von Medienangeboten (auf der Ebene von Anschlusskommunikationen in der Medienkommunikation) als auch in Medienrezeptionsforschungen anwendbar (vgl. Sutter, 2010, S. 48ff.).

Dieses Konzept wird bei Fiske (1987) in Analysen von Fernseh- und Populärkultur umgesetzt. Durch die Betonung der Unabgeschlossenheit und Mehrdeutigkeit populärer Texte werden mediale Einflüsse und Zwänge relativiert. Mit Hall werden FernsehzuschauerInnen nicht als ideologisch manipulierte Personen, sondern als Men-

schen in konkreten gesellschaftlichen Situationen begriffen, die aktiv Bedeutungen herstellen und zuweisen. Der von der Theorie der Kulturindustrie behaupteten Standardisierung und Nivellierung von massenmedial verbreiteter Kultur wird in diesen Analysen widersprochen. Zudem sind die populären Texte auf die gesellschaftliche Wirklichkeit bezogen und artikulieren gesellschaftliche Differenzen. Diese Texte werden diskursiv in Prozessen gesellschaftlicher Auseinandersetzungen angeeignet, in denen um Ausgrenzungen, Definitionsmacht, Aufmerksamkeit und Zugang zu Medien gerungen wird (vgl. Winter, 1997). Zwar wird in den Cultural Studies ein zunehmend ausbalanciertes Verhältnis zwischen medien- und rezeptions- bzw. aneignungsorientierten Aspekten geschaffen, aber anders als im Fall der Kritischen Medientheorie liegen hier eher heterogene kultur- und praxistheoretische Ansätze als eine einheitliche Gesellschaftstheorie vor.

## 6 Systemtheoretische Mediensoziologie

Auch die soziologische Systemtheorie stellt zumindest programmatisch eine ausbalancierte Sicht auf das Verhältnis von Medien und RezipientInnen vor. Programmatisch deshalb, weil der Fokus auf dem gesellschaftlichen Mediensystem liegt und durch eine entsprechende Rezeptionsforschung erst noch zu ergänzen wäre. Die allgemeine Grundlage, auf der die Systemtheorie Medienkommunikation betrachtet, bildet die Annahme der Selbstreferentialität der Kommunikation (vgl. Wehner, 2000). Die Systemtheorie betont die *Eigenständigkeit von Kommunikation*: Nicht Menschen können kommunizieren, nur die Kommunikation kann kommunizieren. Kommunikationen sind keine Produkte menschlichen Handelns, sondern sie bilden geschlossene soziale Systeme. Diese Systeme werden als „autopoietische“ Systeme beschrieben, die ihre Einheiten, aus denen sie bestehen (also Kommunikationen) selbst erzeugen (vgl. Luhmann, 1984, S. 191ff.). In sozialen Systemen schließen Kommunikationen an Kommunikationen an, wobei die Kommunikationen unterschiedliche Formen annehmen können (z.B. die Form sozialer Interaktion oder die Form der Massenkommunikation). Systemtheoretische Kommunikationsanalysen gehen von der Annahme des „operativen Konstruktivismus“ (Luhmann, 1996, S. 17 f.) aus, der zufolge sich Systeme durch intern aneinander anschließende Operationen von ihrer Umwelt abgrenzen. Die Systeme sind insofern geschlossen, als dass die Operationen niemals über die Systemgrenzen hinaus in die Umwelt reichen können. Dies gilt sowohl für kommunikative als auch psychische Systeme. Deshalb können nur Kommunikationen kommunizieren, und es können nur Menschen denken und ein Bewusstsein haben. Kommunikation und menschliches Bewusstsein sind operativ füreinander unerreichbar. Das hat weitreichende Konsequenzen für die sozialwissenschaftliche Medienanalyse. Zugleich sind Systeme auf der Ebene der Strukturen offen. Ohne Kommunikation kein Bewusstsein, ohne Bewusstsein keine Kommunikation. Und das bedeutet dann auch ganz grundlegend: ohne rezipierendes Bewusstsein keine Medienkommunikation.

Auf dieser kommunikationstheoretischen Grundlage bietet die soziologische Systemtheorie eine aktuelle Analyse der gegenwärtigen modernen Gesellschaft, in die eine

Theorie der Mediensoziologie eingebettet werden kann. Die moderne Gesellschaft wird als eine *funktional ausdifferenzierte Gesellschaft* beschrieben, in der neben Funktionssystemen wie Recht, Wirtschaft, Wissenschaft, Politik usw. auch das Funktionssystem der Massenmedien bestimmte Leistungen für die Gesellschaft erbringt. Medienanalyse bedeutet aus dieser Sicht vor allem eine Analyse der Formen, Funktionen und Leistungen des Mediensystems. Wie eingangs schon erwähnt spielen Kommunikationsmedien eine zentrale Rolle in der Gesellschaft, die schon früh in ihrer Entwicklung auf Verbreitungsmedien angewiesen ist. Jenseits der einfachen, auf überschaubare Interaktionsgefüge und mündliche Überlieferung gestützten Gesellschaft stellt sich in der gesellschaftlichen Entwicklung das Problem, wie Kommunikation über größere räumliche und zeitliche Distanzen hinweg verbreitet werden kann. Verbreitungsmedien der Kommunikation sind „evolutionäre Errungenschaften“ (Luhmann, 1997, S. 505ff.), die in einer immer weiter ausdifferenzierten Gesellschaft sowohl Möglichkeiten der *gesellschaftlichen Selbstbeschreibung* als auch die *kommunikative Erreichbarkeit der AdressatInnen* sichern. Deshalb ist die hoch komplexe moderne Gesellschaft ohne ein System der Massenmedien nicht denkbar. Sie ist derart abhängig von Massenmedien, dass Niklas Luhmann zu Beginn seiner mediensoziologischen Analysen festhält: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (Luhmann, 1996, S. 9). Nicht nur die Mitglieder, sondern auch die Funktionssysteme der modernen Gesellschaft sind in weiten Teilen ihres Zugangs zur Wirklichkeit auf Medien angewiesen.

Die systemtheoretische Mediensoziologie untersucht das System der Massenmedien vor dem allgemeinen Hintergrund der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung (vgl. Göbel, 2006) und sieht deshalb die *Differenzierungstheorie* als zentralen Baustein der Mediensoziologie (zur gesellschaftlichen Differenzierung vgl. Schimank, 1996). Unsere heutige Gesellschaft ist primär funktional ausdifferenziert, und nur in diesem Zusammenhang sind Formen und Funktionen der Medien in der modernen Gesellschaft verständlich. Die moderne Gesellschaft ist in gleichrangige Funktionssysteme wie Recht, Wissenschaft, Wirtschaft, Politik, Medien usw. differenziert, die sich durch unterschiedliche Codes von ihrer gesellschaftlichen Umwelt abgrenzen, an denen sich die systeminternen Kommunikationen ausrichten. Kommunikationen sind z.B. im Recht nach recht/unrecht oder in der Wissenschaft nach wahr/unwahr orientiert. Für das System der Massenkommunikation schlägt Luhmann (1996, S. 36) den Code Information/Nichtinformation vor: Massenmedien beschaffen beständig neue Informationen, verbreiten diese Informationen und verbrauchen sie im Zuge der Verbreitung, d.h., die neue Information wird zu einer bekannten, alten Information. Die Frage der Codierung des Systems der Massenkommunikation ist jedoch umstritten (vgl. Görke & Kohring, 1996) und wird weiterhin diskutiert.

Funktionssysteme erbringen spezifische Leistungen für die Gesellschaft. Die besondere *Leistung der Massenkommunikation* besteht in der gesellschaftsweiten Verbreitung von Kommunikation, wodurch ein *allgemein zugänglicher Wirklichkeitsentwurf* zur Verfügung gestellt wird. Diese Leistung ist nur möglich aufgrund der einseitigen Form der Massenkommunikation, die mittels technischer Verbreitungsmedien von

einem Sender an viele AdressatInnen läuft, die ein disperses (verstreutes) Publikum bilden. Im Unterschied zu sozialen Interaktionen besteht eine räumliche oder auch raum-zeitliche Distanz zwischen KommunikatorInnen und RezipientInnen. Massmediale Kommunikation ermöglicht sehr wenige Rückkopplungen, d.h., das Publikum wird auf Distanz gehalten und kann nur rezipieren, ohne direkte Rückmeldungen geben oder in das Geschehen eingreifen zu können. Eine Voraussetzung für diese Form der Kommunikation ist die Abkopplung von sozialer Interaktion, es handelt sich um eine *interaktionsfreie Kommunikationsform*: „Interaktion wird durch Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen, und das hat weitreichende Konsequenzen, die uns den Begriff der Massenmedien definieren“ (Luhmann, 1996, S. 10). Neben einer gesellschaftsweiten Verbreitung von Kommunikation erzeugt die Massenkommunikation auch ein gesellschaftliches „Gedächtnis“, d.h. einen Bestand allgemeiner Wirklichkeits- und Realitätsannahmen, auf die sich gesellschaftliche Kommunikationen beziehen können. Diese Annahmen müssen dann nicht mehr eigens geprüft oder mitkommuniziert werden. Wenn wir aus dem Haus in den öffentlichen Raum treten, können wir unterstellen, dass anderen Personen bestimmte Themen und Informationen vertraut sind. Massenmedien stellen allen gesellschaftlichen Bereichen und den Menschen eine gesellschaftsweit bekannte Gegenwart zur Verfügung, von der sie ausgehen können. Im Hinblick auf eine immer weiter gesteigerte Dynamik gesellschaftlicher Kommunikation rückt eine weitere wichtige Funktion der Massenkommunikation in den Fokus, die Thematisierungsfunktion: Massenmedien greifen Themen auf, orientieren gesellschaftliche Kommunikation an Themen und setzen Themen durch.

In einer zunehmend ausdifferenzierten und komplexen Gesellschaft stellt sich neben der Verbreitung von Kommunikation ein zweites grundlegendes Problem: die Annahmehbereitschaft der AdressatInnen. Kommunikationsofferten können angenommen, aber auch abgewiesen werden. Die Zurückweisung von Kommunikationsangeboten wird vor allem in Fernkommunikationen zum Problem, die sich an abwesende und unbekannte Personen richten. Kommunikationen (und wiederum: vor allem medial verbreitete Kommunikationen) müssen deshalb mit besonderen Mitteln ihren Erfolg sicherstellen, weshalb zwischen *Verbreitungs- und Erfolgsmedien* zu unterscheiden ist (vgl. Luhmann, 1997, S. 202ff.). Der Erfolg von Kommunikation muss unter der Bedingung sichergestellt werden, dass die AdressatInnen ihre Annahmehbereitschaften eigenständig ausbilden, ohne von außen direkt instruiert und gesteuert werden zu können. Wie aber können sich dennoch stabile Annahmehbereitschaften etablieren? In der modernen Gesellschaft haben sich zur Lösung dieses Problems „symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien“ wie Geld, Macht, Wahrheit und Werte herausgebildet. Geld kann hier als augenfälligstes Beispiel herangezogen werden: Es dient bekanntlich als allgemeine, fast überall einsetzbare Motivation, Offerten unterschiedlichster Art anzunehmen. Das allgemeine Problem der Annahmehbereitschaft der AdressatInnen besteht im Bereich der Massenmedien in besonderer Weise, da sich Medienangebote an ein prinzipiell unbekanntes, verstreutes Publikum richten, auf das man sich nur sehr schwer einstellen kann. Dennoch gelingt es den Massenmedi-

en, sich ein Bild ihrer AdressatInnen zu machen und Annahmefähigkeit auch bei einem anonymen Publikum zu erzeugen. Dabei spielen quantifizierende Publikumsbeobachtungen wie Zuschauerquoten oder Absatzzahlen eine zentrale Rolle (vgl. Ang, 1991).

Probleme wie jene massenmedialer Publikumskonstruktionen verweisen darauf, dass selbstreferentiell geschlossene Systeme grundlegend immer auch auf *Umweltoffenheit* angewiesen sind. Wie sinnhafte Systeme allgemein sind gesellschaftliche Funktionssysteme auf der Ebene ihrer Operationen geschlossen und zugleich auf der Ebene ihrer Strukturen offen: sie organisieren nach bestimmten Kriterien und Programmen ihre Beziehungen zur relevanten gesellschaftlichen Umwelt. Diese Umweltoffenheit ist im Fall der Massenmedien besonders anschaulich: Man kann hier verschiedene Programmbereiche unterscheiden, die Leistungsbeziehungen zu den entsprechenden gesellschaftlichen Funktionssystemen etablieren. Luhmann (1996, S. 53ff.) unterscheidet für das Massenmedium Fernsehen drei Programmbereiche: Nachrichten sowie Berichte, Unterhaltung und Werbung. Über die Programmierung ihrer Kommunikationen als Nachrichten unterhält die Massenkommunikation enge Leistungsbeziehungen zur Politik, mit Werbung unterhalten die Massenmedien enge Beziehungen zur Wirtschaft, mit Unterhaltung etwa zum Sport. Das System der Massenmedien steht nicht nur in wechselseitigen Leistungsbeziehungen zu anderen gesellschaftlichen Funktionssystemen (Integration durch Medien), sondern es greift dabei auch in spezifischer Weise auf relevante AdressatInnen zu (Inklusion durch Medien, vgl. Sutter, 2010, S. 63ff.). Die genannten Programmbereiche (Nachrichten, Werbung und Unterhaltung) setzen bestimmte Individuen voraus: als interessierte BeobachterInnen (Nachrichten), als nutzenmaximierende (Werbung) oder sich mit sich selbst auseinandersetzen Personen (Unterhaltung). „In allen Programmbereichen der Massenmedien ist mithin ‚der Mensch‘ impliziert“ (Luhmann, 1996, S. 135), nicht als psychisch operierendes Subjekt, denn darauf können (massenmediale) Kommunikationen nicht direkt zugreifen, sondern als soziales Konstrukt der massenmedial verbreiteten Kommunikation. In dieser Weise wird eine strikt kommunikationssoziologisch ausgerichtete Perspektive der Medienanalyse auf die Spitze getrieben.

Allerdings vermeidet die Systemtheorie eine medienzentrierte Perspektive mit der These, dass grundlegend von *Freiheit auf beiden Seiten* auszugehen ist, der Seite der Medien und der Seite des Publikums. Diese These resultiert aus der oben erörterten Annahme der operativen Geschlossenheit kommunikativer ebenso wie auch psychischer Systeme. Prozesse der Medienkommunikation und Medienrezeption verlaufen überschneidungsfrei, d.h., diese Prozesse können sich niemals direkt, sondern nur indirekt wechselseitig beeinflussen. Es wird nicht nur dem Mediensystem mit seiner Eigenlogik, sondern auch dem Bereich der Medienrezeption weitgehende Autonomie zugestanden. Während aus Sicht der Kritischen Theorie, aber auch der Cultural Studies mediale Zwänge bis hin zur Manipulation des Publikums erwartbar sind, schließt die Systemtheorie der Medien solche Zwänge keineswegs aus. Sie sind jedoch sehr viel unwahrscheinlicher und von daher besonders explikations- und begründungsbedürftig. So wird eine im Hinblick auf kritische Medienanalysen ganz anders

gelagerte Einschätzung von Beobachtungs- und Reflexionsmöglichkeiten speziell im Bereich des Fernsehens sichtbar: Wenn man dem Massenmedium Fernsehen aufgrund seiner einseitigen Form vielfältige direkte (und zumeist negativ konnotierte) Einflussmöglichkeiten zuschreibt, verkennt man die spezifischen Reflexionsmöglichkeiten, die gerade die handlungsentlasteten, distanzierten Beobachtungsmöglichkeiten von Fernsehsendungen bieten (vgl. Wehner, 1997). In diesem Sinne eröffnet gerade ein Massenmedium wie das Fernsehen unverzichtbare Gelegenheiten der Reflexion von eigenen Wissensbeständen sowie Lebens- und Identitätswürfen. Hier liegt die Schnittstelle zu Medienrezeptionsforschungen: Zwar richtet die soziologische Systemtheorie ihr Augenmerk vornehmlich auf die Seite des Mediensystems, hebt dabei aber zugleich hervor, dass Prozesse der Medienkommunikation und der Medienrezeption jeweils eigenständig operieren. In diesem Sinne muss eine Theorie der Medienrezeption bzw. Mediensozialisation gleichberechtigt neben eine Theorie der Medienkommunikation treten. Dies kann als allgemeines Ziel künftiger Entwicklungen soziologischer Theorien der Medien festgehalten werden.

## 7 Fazit

Es war an verschiedenen Stellen der vorlaufenden Ausführungen von Medienkritik die Rede. In soziologischen Medientheorien gehen Medienanalysen und Medienkritik Hand in Hand. Aus systemtheoretischer Sicht liegt eine bemerkenswerte Konsequenz der funktionalen Ausdifferenzierung der Gesellschaft darin, dass es keine überlegene Beobachterposition und eine dadurch abgesicherte Kritik mehr gibt. Man könnte auch – wie schon weiter oben im Rahmen der poststrukturalistischen Theorien – von Folgen einer Umstellung von Identität auf Differenz sprechen: Statt sich an der Einheit der scheinbar überlegenen, tatsächlich aber stets bezweifelbaren Beobachterposition zu orientieren, muss Kritik auf Differenz umstellen, insbesondere die Differenz unterschiedlicher Beobachtungen gesellschaftlicher Teilbereiche im Verhältnis zur Umwelt. Gesellschaftliche Vorgänge werden von den verschiedenen Teilsystemen wie Wissenschaft, Recht, Politik, Wirtschaft usw. beobachtet, womit die Möglichkeiten von Rationalität und Kritik an teilsystemische Beobachtungsmöglichkeiten gebunden sind (vgl. Luhmann, 1986). Deshalb verweist die Systemtheorie Möglichkeiten der Kritik an die Beobachtungs- und Resonanzfähigkeiten der gesellschaftlichen Funktionssysteme. „Der Anspruch ‚tief reichender‘ Kritik muss deshalb anders ansetzen. Statt in besserwisserischer Manier die Medien als ein Übel der Menschheit zu verurteilen und jeden, der diese Einschätzung nicht teilt, als Opfer eines (beinahe) totalen Verblendungszusammenhangs zu verunglimpfen, käme es darauf an, Konsequenzen aus der Einsicht in die prinzipielle Kontextabhängigkeit einer jeden Beschreibung der Welt zu ziehen. Kritik gewinnt hier die Bedeutung, die Begriffe, Theorien, Methoden und hierdurch ermöglichten und gleichzeitig begrenzten Sichtverhältnisse eines jeweils infrage stehenden Beobachters offenzulegen“ (Wehner, 2000, S. 114). Diesem Beobachterbezug kritischer Medienanalysen wird man mit einer möglichst differenzierten Vorgehensweise gerecht.

Theorien der Mediensoziologie sind vor allem mit Medienanalysen befasst, die durch umfassende Gesellschaftstheorien vorangetrieben und in diese eingebettet werden. Auch künftig steht dabei das Desiderat einer integrierten Perspektive im Zentrum, in der Fragen der medialen Formproblematik nicht gegen Fragen der Medienrezeption ausgespielt werden. Vielmehr gilt es, sowohl Formen und Eigenlogik der Medien als auch subjektive Medienrezeptions- und Mediensozialisationsprozesse zu untersuchen und zueinander in Beziehung zu setzen. Hierzu liefern Theorien der Mediensoziologie unverzichtbare Beiträge. Sie weisen jedoch auch Grenzen und Defizite auf. Deshalb können nicht lediglich etablierte Theoriebestände und Forschungstraditionen verwaltet werden, sondern es müssen auch neue Wege beschritten werden. Auch künftig könnte dabei das Bezugsproblem als Richtschnur dienen, in welchem Verhältnis medienzentrierte und rezeptionsorientierte Perspektiven zueinander stehen und wie sie miteinander verbunden werden können.

#### Literaturempfehlungen

- Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. (2012). Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug. In M. Horkheimer & T. W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung* (Orig. 1944). Frankfurt a. M.: Fischer. S. 128–176.
- Luhmann, Niklas (2009). *Die Realität der Massenmedien* (4. Aufl.). Wiesbaden: VS.
- Münch, Richard (1995). *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Wehner, Josef (1997). Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? *Zeitschrift für Soziologie*, 26, (2), 96–114.

#### Literatur

- Adorno, Theodor W. (1996). *Eingriffe: Neun kritische Modelle* (Orig. 1963). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Ang, Ien (1991). *Desperately seeking the audience*. London/New York: Routledge.
- Baudrillard, Jean (1978). Requiem für die Medien. In J. Baudrillard, *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*. Berlin: Merve. S. 83–118.
- Baudrillard, Jean (1989). Videowelt und fraktales Subjekt. In ARS ELECTRONICA (Hrsg.), *Philosophien der neuen Technologie* (Beiträge von Jean Baudrillard u.a.). Berlin: Merve. S. 113–131.
- Baudrillard, Jean (1994). Die Illusion des Krieges. In J. Baudrillard, *Die Illusion des Endes oder Der Streik der Ereignisse*. Berlin: Merve. S. 101–105.
- Bolz, Norbert (1992). *Die Welt als Chaos und als Simulation*. München: Fink.
- Bourdieu, Pierre (1998). *Über das Fernsehen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Charlton, Michael (2001). "Para-social interaction" – social interaction as a matter of fact? *Communication: The European Journal of Communication Research*, 26, (4), 499–507.
- Fiske, John (1987). *Television culture*. London: Methuen.
- Gerhards, Jürgen & Neidhardt, Friedhelm (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In S. Müller-Doohm & K. Neumann-Braun (Hrsg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation*. Oldenburg: Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg (BIS). S. 31–89.
- Göbel, Andreas (2006). Der „Heilige Geist des Systems“? Gesellschaftstheoretische Bemerkungen zum System der Massenmedien. In A. Ziemann (Hrsg.), *Medien der Gesellschaft – Gesellschaft der Medien*. Konstanz: UVK. S. 111–139.
- Görke, Alexander & Kohring, Matthias (1996). Unterschiede, die Unterschiede machen: Neuere Theorieentwürfe zu Publizistik, Massenmedien und Journalismus. *Publizistik*, 41, (1), 15–31.

- Habermas, Jürgen (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns* (Bd. 1–2). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1990). *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (Orig. 1962). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hall, Stuart (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Hrsg.), *Culture, media, language*. London: Hutchinson. S. 128–138.
- Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. (1985). *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente* (Orig. 1947). Frankfurt a. M.: Fischer.
- Horton, Donald & Wohl, R. Richard (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19, (3), 215–229.
- Imhof, Kurt (2006). Mediengesellschaft und Medialisierung *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54, (2), 191–215.
- Jensen, Klaus (1990). Television futures: Social action methodology for studying interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 7, (2), 1–18.
- Luhmann, Niklas (1984). *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1986). *Ökologische Kommunikation: Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen?* Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (1996). *Die Realität der Massenmedien* (2. erw. Aufl.). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft* (Bd. 1–2). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- McLuhan, Marshall (1970). *Die magischen Kanäle*. Düsseldorf/Wien: Econ Verlag.
- Mead, George H. (1973). *Geist, Identität und Gesellschaft* (Orig. 1934). Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Merten, Klaus (1994 a). Evolution der Kommunikation. In K. Merten, S. J. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien: Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 141–162.
- Merten, Klaus (1994 b). Wirkungen von Kommunikation. In K. Merten, S.J. Schmidt & S. Weischenberg (Hrsg.), *Die Wirklichkeit der Medien: Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 291–328.
- Meyer, Thomas (1994). *Die Transformation des Politischen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Müller-Doohm, Stefan (2000). Kritische Medientheorie – die Perspektive der Frankfurter Schule. In K. Neumann-Braun & S. Müller-Doohm (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationssoziologie: Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim/München: Juventa. S. 69–92.
- Münch, Richard (1995). *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Neuberger, Christoph (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit: Analyse des Medienumbruchs. In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: VS. S. 19–60.
- Oevermann, Ulrich (1983). Zur Sache: Die Bedeutung von Adornos methodologischem Selbstverständnis für die Begründung einer materialen soziologischen Strukturanalyse. In L. v. Friedeburg & J. Habermas (Hrsg.), *Adorno-Konferenz 1983*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. S. 234–289.
- Pias, Claus (2003). Poststrukturalistische Medientheorien. In S. Weber (Hrsg.), *Theorien der Medien*. Konstanz: UVK/UTB. S. 277–293.
- Postman, Neil (1993). *Wir amüsieren und zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Reeves, Byron & Nass, Clifford (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. Cambridge: CSLI Publications.
- Renckstorf, Karsten (1989). Mediennutzung als soziales Handeln. In M. Kaase & W. Schulz (Hrsg.), *Massenkommunikation: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 30*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 314–336.
- Schimank, Uwe (1996). *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*. Opladen: Leske & Budrich.
- Sennett, Richard (1983). *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Sutter, Tilman (2010). *Medienanalyse und Medienkritik: Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: VS.

- Sutter, Tilman (2013). Mediensoziologie: Theorien, Bezugsprobleme und Forschungsfelder. In D. Meister, F. von Gross & U. Sander (Hrsg.), *Enzyklopädie Erziehungswissenschaften Online, Fachgebiet: Medienpädagogik, Die Nachbardisziplinen der Medienpädagogik*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa. DOI 10.3262/EEO18130307
- Teichert, Will (1973). Fernsehen als soziales Handeln. *Rundfunk und Fernsehen*, 21, (4), 356–382.
- Vorderer, Peter (Hrsg.). (1996). *Fernsehen als „Beziehungskiste“: Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wehner, Josef (1997). Interaktive Medien – Ende der Massenkommunikation? *Zeitschrift für Soziologie*, 26, (2), 96–114.
- Wehner, Josef (2000). Wie die Gesellschaft sich als Gesellschaft sieht – elektronische Medien in systemtheoretischer Perspektive. In K. Neumann-Braun & S. Müller-Doohm (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationssoziologie: Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim/München: Juventa. S. 93–124.
- Wenzel, Ulrich (2000). Poststrukturalistische Medienforschung – Denken vom Vorrang der Zeichen. In K. Neumann-Braun & S. Müller-Doohm (Hrsg.), *Medien- und Kommunikationssoziologie: Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim/München: Juventa. S. 125–157.
- Winter, Rainer (1997). Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom „encoding/decoding“-Modell zur Diskursanalyse. In A. Hepp & R. Winter (Hrsg.), *Kultur – Medien – Macht: Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 47–63.

## 3.2. Forschungsorientierte Theorien und handlungstheoretische Zugänge

Udo Göttlich

Keywords: Active Audience Studies, Cultural Studies, Handlungstheorie, Interaktion, Kreativitätstheorie

### 1. Einleitung

Forschungsorientierte Theorien und Ansätze haben in den Medien- und Kommunikationswissenschaften eine lange Tradition. Die Entwicklung solcher Ansätze erfolgt und steht im Schnittpunkt unterschiedlicher, mit Medien und Kommunikation befassender Fächer, Perspektiven oder Untersuchungen, die zusehends in einem interdisziplinären Rahmen der wechselseitigen Bezugnahme stehen (vgl. Williams, 2003, S. 5). Vor diesem Hintergrund wird im vorliegenden Beitrag vor allem die soziologische Perspektive auf die Medienrezeption und -nutzung mit Blick auf Entfaltung handlungstheoretischer Zugänge für die Erforschung des Gegenstandsbereichs dargestellt. Aus dieser Perspektive lassen sich die theoretischen und analytischen Leistungen mediensoziologischer Positionen zur Rolle und Stellung von Medien in der gesellschaftlichen und alltagskulturellen Kommunikation problemorientiert in das interdisziplinäre Forschungsgebiet zur Medienkommunikation eintragen, auf dem sowohl die Mediensoziologie als auch die Kommunikationswissenschaft mit ihren Modellen und Fragestellungen zur Medienwirkung und -nutzung einerseits, sowie der -rezeption und der -aneignung andererseits arbeiten. Mit diesem Perspektivenzuschnitt fallen die spezifisch kommunikationswissenschaftlichen Ansätze (d.h. überwiegend psychologisch grundierten Ansätze) aus der vorliegenden Darstellung heraus. Ein solcher Zuschnitt ist jedoch notwendig, wenn man Nachvollziehbarkeit bewahren will, was nicht bedeutet, dass vorschnell Grenzen gezogen werden, weil auch hier Überschneidungen im Feld existieren, die nicht wegdiskutiert werden sollen. Aber es gibt auch relevante Unterschiede: Während der psychologisch orientierte kommunikationswissenschaftliche Beitrag zur gesellschaftlichen Bedeutung der Medien überwiegend darin besteht, die ‚Wirkung‘ von Medien und Medieninhalten auf Wissen, Einstellungen, Meinungen und Verhalten von Individuen oder Gruppen zu bestimmen, behandelt die mediensoziologische Betrachtung grundsätzlich handlungstheoretisch abgesicherte Fragen, die sich auf die gesellschaftliche und alltagskulturelle Rolle und Stellung von Medien etwa für Subjektivierungsprozesse und die Identitätsbildung, aber auch für die soziale Konstruktion der Wirklichkeit in der Mediengesellschaft und Medienkultur erstrecken. Für die Erforschung dieser Zusammenhänge haben sich in den letzten Jahrzehnten unterschiedliche handlungs- und subjektorientierte Zugänge zur Medienrezeption und -aneignung etabliert, deren Bedeutung im Zentrum der vorliegenden Betrachtung steht. Darüber hinaus haben sich auf diesem Gebiet auch Ansätze aus dem