

## I. Einleitung

**Stefan Müller-Doohm / Klaus Neumann-Braun**

*Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation - Bezugspunkte  
für die Aktualisierung der Medien- und  
Kommunikationssoziologie*

### **1 Mediensoziologie im Verhältnis zu anderen Bindestrich- Soziologien**

Es gibt kaum ein Phänomen der gesellschaftlichen Wirklichkeit, kaum einen Teilsektor der sozialen Struktur, eine Institution, ein auffälliges Handlungs- oder Deutungsmuster, dessen sich die expandierende Soziologie der deutschen Nachkriegsgeschichte nicht ausführlich angenommen hätte. Mehr noch: sie hat sich beispielsweise mit dem Wandel der Arbeitsverhältnisse, der Struktur und Funktion der Familie oder der Veränderung der Stadt und der Kultur so spezialistisch und kontinuierlich beschäftigt, daß diese Forschungsfelder in einem ungeheuren Ausmaße zur Ausbildung und Verselbständigung separater Bindestrich-Soziologien führten. Diese Spezialisierungen haben, trotz der fatalen Konsequenz der Desaggregation soziologischer Forschungsgegenstände sowie des beklagenswerten Verlustes einer empirisch und theoretisch gehaltvollen Analyse des Ganzen der Gesellschaft, den positiven Effekt, daß etwa die Industrie- und Betriebssoziologie, die Familien-, Stadt- und Kulturosoziologie dafür Sorge tragen, empirisch auf dem Stand der aktuellen Entwicklung ihres jeweiligen Gegenstandsbereichs zu sein. Diese Soziologien bemühen sich, solide Daten zu ermitteln sowie Theorien anzubieten, die einigermaßen zuverlässig Auskunft über die Gegebenheiten und Strukturveränderungen im System gesellschaftlicher Arbeit, privater Lebens- und regionaler Wohnformen sowie kultureller Wandlungen zu geben vermögen.

Vor dem Hintergrund dieser bewußt schönfärberisch ausgemalten Darstellung der Produktivität der einzelnen Soziologien fällt es besonders krass ins Auge, daß zumindest ein Phänomenbereich sich dieser intensiven Zuwendung der Nachkriegssoziologie nicht erfreuen konnte. Aus Gründen, die noch der Erklärung bedürfen, und sträflicherweise, wie sich jetzt mit aller Deutlichkeit zeigt, fristet die Soziologie der Massenmedien seit Jahrzehnten ein vergleichsweise stiefmütterliches Dasein im Gesamtspektrum soziologischer Forschungsanstrengungen. Gemessen an den Aktivitäten in den anderen Bindestrich-Soziologien und vor allem gemessen an der - gerade von Soziologen immer wieder hervorgehobenen - tatsächlichen gesellschaftlichen Relevanz der Massenmedien für die Konstruktion sozialer Wirklichkeit schneidet die Medien- und Kommunikationssoziologie schlecht ab. Als Beleg dafür, daß die Medien- und Kommunikationssoziologie einiges aufzuholen hat, sei auf die allseits beklagte Stagnation im Bereich der Forschung verwiesen (Deutsche Forschungsgemeinschaft 1986), die sich auf anwendungsorientierte, zumeist kommerzielle Kommunikationsforschung bzw. Werbewirkungsforschung beschränkt und die sich hinsichtlich ihres theoretischen Bezugsrahmens von einem primär psychologischen Modell der Verhaltenstheorie leiten läßt (Renckstorff 1989, S. 316). Entsprechend sind Publikationen spärlich, die über eine populärwissenschaftliche Thematisierung der sozialen Folgen der Medienproduktion und Medienrezeption hinausgehen und beispielsweise Presse, Rundfunk und Fernsehen als zentrale Bestandteile des kulturellen Zusammenhangs der Gesellschaft behandeln. In den soziologischen Fachzeitschriften sind Ausführungen zur gegenwärtigen Rolle der Massenmedien, ihr Beitrag zur Realitätskonstruktion eine Ausnahme. Schon gar nicht gibt es ein allgemein anerkanntes Lehrbuch für den Bereich der Medien- und Kommunikationssoziologie in deutscher Sprache. Und im Rahmen der letzten beiden Soziologentage wurden Fragen der Struktur und Funktion von Medien, des Verhältnisses von Medienmacht und kritischer Publizität nur marginal behandelt, obwohl es von der Thematik der Soziologentage her ("Kultur und Gesellschaft", 1988, "Modernisierung moderner Gesellschaften", 1990) geradezu zwingend gewesen wäre, die Zukunft der Kommunikationskultur in den Mittelpunkt der fachöffentlichen Analysen und Debatten zu stellen.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Der vorliegende Band stellt eine Textsammlung auf der Grundlage des Treffens der Ad-hoc-Gruppe "Medien- und Kommunikationssoziologie" im Rahmen des 25. Deutschen

Kurzum, die Soziologie der Massenmedien hinkt hinter der Wirklichkeit, der gewaltigen Evolution der Informations- und Kommunikationstechnologien her, die als Beschleunigungstechnologien die ganze Aufmerksamkeit einer Wirklichkeitswissenschaft, einer an sozialer Dynamik interessierten Sozialforschung beanspruchen sollten. Denn es besteht kein Zweifel daran, daß die sich technisch ständig erneuernden Medien in ihren diversifizierten, multifunktionalen Anwendungsformen inzwischen in nahezu alle Bereiche des Alltagslebens eindringen. Sowohl spezifische Identitätsformationen von Subjekten als auch spezifische Formen gesellschaftlicher Öffentlichkeit und Kultur werden erst verständlich, analysiert man sie aus der Perspektive der sozialen Bedeutung und alltagspraktischen Wirkung der sozialen Institutionen der Massenmedien heraus. Dieses sozialwissenschaftliche Ziel, Formen und Inhalte sozialer Kommunikation zu analysieren, nötigt freilich zu besonderen methodischen Anstrengungen,

---

Soziologentages in Frankfurt 1990 dar. Die Entscheidung, die dortige Zusammenkunft unter das allgemeiner gehaltene Themenspektrum der "Medien- und Kommunikationssoziologie" zu stellen, knüpft an die thematisch enger gehaltene Fragestellung des Ad-hoc-Gruppen-Treffens auf dem 24. Soziologentag in Zürich an. Damals ging es insbesondere um die Klärung des theoretischen und empirischen Bedeutungsgehalts der Begriffe "Öffentlichkeit", "Kultur", "Massenkommunikation". Einige vorläufige Ergebnisse dieses Klärungsprozesses sind im Tagungsband "Kultur und Gesellschaft" (1989) nachzulesen.

Die Kontinuität zu dem, was in Zürich an Diskussion begonnen wurde, kommt darin zum Ausdruck, daß auch in Frankfurt das Problemfeld "*Öffentlichkeit*" und die Veränderungen der "*Kommunikationskultur*" im Vordergrund der Vorträge stand.

Die Pflege der Kontinuität der mediensoziologischen Diskussion ist von der Absicht getragen, eine Sektion "Medien- und Kommunikationssoziologie" innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) zu institutionalisieren (bzw. genauer: zu reaktivieren, denn bis in die frühen 70er Jahre hinein gab es eine solche Sektion innerhalb der DGS, die u.W. zuletzt von Alphons Silbermann geleitet wurde). Hinter einem solchen Bemühen steht in programmatischer Hinsicht die Absicht einer dauerhaften Initiierung einer theoriegeleiteten Medien- und Kommunikationsforschung in dem besonderen Kontext einer umfassenden soziologischen Kulturforschung (Müller-Doohm/Neumann 1989). Diese Verknüpfung impliziert - in bewußter Abgrenzung von der im Bereich der Massenkommunikation insgesamt dominierenden Auftragsforschung, die sich (um es zu pointieren) nicht selten damit begnügt, Einschaltquoten zu messen und Beliebtheitsindizes aufzustellen - den Rückgriff auf

- die einerseits *theoretische* Orientierung an einem sinnverstehenden Zugang zum Objektbereich durch die innovative Nutzbarmachung z.B. des interpretativen Paradigmas, dessen Gegenstandsadäquanz auf der Hand liegt, weil wir es mit symbolisch vermittelter Kommunikation, dem System symbolischer Vermittlungen bzw. mit in symbolischen Zusammenhängen objektivierten Bedeutungen zu tun haben,
- andererseits auf die *methodischen Potentiale* besonders auch der qualitativen Sozialforschung.

die Karsten Renckstorf auf globaler Ebene folgendermaßen benennt: als "Akzentverschiebung zugunsten kleiner, absichtsvoll konstruierter Stichproben, 'verstehender' Methodik im allgemeinen und Abkehr vom Muster der bevölkerungsrepräsentativen Surveys" (1989, S. 332 f.). Das ergibt sich aus der einfachen Tatsache, daß Kommunikationsvorgänge, auch auf der Stufe der massenmedialen Vermittlung, *sinnhafte Vorgänge* sind. Selbst die simpelsten audiovisuellen Genres der Populärkultur, so inhaltsleer und trivial sie auch erscheinen mögen, sind insofern keineswegs bloß Ausdruck eines "Nullmediums". Der von Hans Magnus Enzensberger (1988) aufgelistete massenmediale "Unsinn" ist trotz dieser unbestreitbaren Eigenschaften immer noch Träger jeweils spezifischer Bedeutungs- und Sinngehalte: Bei der Produktion solcher Standardformen des Unterhaltungsgenres liegen sinnhafte Absichten zugrunde, die symbolisch realisiert werden. Auch mit der Rezeption dieser Genres verbinden die hörenden und sehenden Subjekte einen spezifischen Sinn.

Ein solcher symbolisch verkörperter Sinn ist nun aber ein besonderer 'Stoff', der sich analytisch nur aus der performativen Perspektive eines virtuellen Interaktionsteilnehmers interpretativ erschließen läßt. Solange die Medienforschung in ihrer Methodologie und Untersuchungspraxis diesem simplen Grundsachverhalt keine Rechnung trägt und kaum darüber hinaus geht, statistische Daten über Verbreitung und Nutzung, über Konzentration und Verflechtung der Massenmedien zu produzieren oder Variablen im Persuasionsprozeß zu isolieren, beschränkt sich ihre Tätigkeit auf die eines Landvermessers, der uns darüber informiert, wo sich die Dinge in unserer Welt befinden, wie häufig sie vorkommen und wie groß sie sind. Er erklärt trotz raffinierter Meßverfahren nichts über ihren Sinn, nichts über die Beziehungen und Verhältnisse in der Sphäre sozialen Handelns, über die Bedeutungszuschreibungen, die seitens sozialer Akteure den Ereignissen in der sozialen Welt beigemessen werden, sobald sie in den lebensweltlichen Horizont ihres Handelns rücken.

Die bereits konstatierte Trägheit und Rückständigkeit, die Wirklichkeitsverfehlungen soziologischer Medienforschung sind aus dem Grunde besonders paradox, weil die Soziologie jene Sozialwissenschaft zu sein beansprucht, die von Hause aus, d.h. von ihren Erkenntniszielen sowie ihren methodischen und kategorialen Voraussetzungen her eigentlich für die Analyse der Massenmedien verantwortlich zu sein hätte. Denn wenn es zum grundlegenden Erkenntnisstand der Soziologie gehört, daß Gesellschaften nicht nur eine materielle Struktur aufweisen, sondern aus einem

Netz kommunikativer Lebensformen bestehen, stellt sich unmittelbar die Frage nach den organisierten Medien der Massenkommunikation als Einflußgrößen innerhalb der kommunikativen Verständigungspraxis einer Gesellschaft. Mit dieser Akzentuierung der Soziologie der Massenmedien wird ihr Gegenstand als Element der symbolischen Praxis einer Gesellschaft definiert: Massenkommunikation wirkt an der Produktion und Reproduktion der symbolischen Ordnung durch die Verwendung vor allem sprachlicher und bildlicher, auditiver und audiovisueller Bedeutungs-, Darstellungs- und Ausdrucksmittel mit. Diese *spezifisch soziologische Perspektive von Massenkommunikation* im Kontext der symbolischen Praxis einer Gesellschaft eröffnet den theoretisch und methodologisch sowie forschungspraktisch produktiven Weg einer Konzeptualisierung von Medien- und Kommunikationssoziologie als Kulturanalyse.<sup>2</sup> Der dabei im Brennpunkt stehende Kulturbegriff bezeichnet im Anschluß an Clifford Geertz (1987, S. 46) nichts anders als "ein historisch überliefertes System von Bedeutungen, die in symbolischer Gestalt auftreten, ein System überkommener Vorstellungen, die sich in symbolischen Formen ausdrücken, ein System, mit dessen Hilfe die Menschen ihr Wissen vom Leben und ihre Einstellungen zum Leben mitteilen, erhalten und weiterentwickeln". Dieser Kulturbegriff ist auf den handlungstheoretischen "Grundbegriff der Intersubjektivität der Geltung von Symbolen" (Habermas 1984, S. 329) bezogen. Somit besteht der systematische Wert dieser Verknüpfungen des Symbol- und des Kulturbegriffs im Rahmen einer Soziologie der Massenmedien darin<sup>3</sup>, daß sie sich auf diese Weise handlungstheoretisch fundieren läßt: Sie läßt sich von der Prämisse einer prinzipiellen um-

---

<sup>2</sup> Vgl. Thompson 1990, S. 277 ff. Für die Analyse des vielschichtigen Zusammenhangs von Kultur, Ideologie und Massenkommunikation hat John B. Thompson im Anschluß an Ricoeur und Habermas kürzlich ein methodologisches Rahmenkonzept entworfen, das psychoanalytische, bedeutungstheoretische und phänomenologische Forschungsweisen systematisch zu verknüpfen versucht (1990, S. 277 ff.). Dieses dreistufige Analyseverfahren zielt auf die Interpretation des alltagspraktischen Handlungssinns, auf die normativen und ideologischen Gehalte von symbolischen Vergegenständlichungen einer Kultur. Diese Vergegenständlichungen verkörpern offene und versteckte Inszenierungen von Deutungsmustern, die massenkulturell vermittelt werden. Die Aufgabe der Interpretation besteht neben der ethnographisch orientierten Deutung der Oberflächenstruktur von Deutungsmustern als Träger der doxa, d.h. des Alltagsverstandes in der tiefenhermeneutischen Dechiffrierung der symbolischen Formen durch eine jeweils methodisch komplexe, mehrstufige Analyse. Vgl. Müller-Doohm 1990b, S. 301 ff.

<sup>3</sup> Vgl. zu dieser Fragestellung die weiterführenden Arbeiten von Müller-Doohm 1990a, S. 76 ff., Thompson 1990, Rosengren 1989, Neumann/Charlton 1988.

gangssprachlichen Vermitteltheit und symbolischen Vorstrukturiertheit aller sozialer Interaktionen leiten, zu denen auch der Prozeß der Massenkommunikation zählt (Renckstorf 1989, S. 328 ff., Neumann/Charlton 1990).

## **2 Rückbezüge auf die Tradition: Max Webers Vorschläge für die Durchführung einer Zeitungsenquête**

Die eigentümliche Blindheit der professionellen Soziologie gegenüber dem von ihr selbst in jüngster Zeit diagnostizierten Trend zur "Informations- und Kultargesellschaft" (Touraine 1986, S. 23 ff.) ist umso verwunderlicher, als einer der Klassiker soziologischen Denkens bereits auf dem ersten Deutschen Soziologentag im Jahre 1910 auf die Aktualität und Bedeutung einer Soziologie der Massenmedien aufmerksam gemacht hat. Es war kein geringer als Max Weber, der sich damals mit großem Nachdruck dafür einsetzte, eine Enquête über das Zeitungswesen durchzuführen. Die von Weber formulierte Aufgabenstellung ist hinsichtlich ihrer programmatischen Bedeutung für eine Soziologie der Öffentlichkeit und der Kommunikationskultur nach wie vor gültig, mehr noch: sie ist ein drängendes Desiderat, das nach mehr als einem halben Jahrhundert seitens soziologischer Forschung uneingelöst geblieben ist. Diese erstaunliche - und zugleich beschämende - Tatsache wird augenfällig, wenn man sich einige zentrale Forschungsfragen der vorgeschlagenen Zeitungsenquête in Erinnerung ruft und damit Weber als bedeutenden und scharfsinnigen Zeugen für das bereits erreichte kommunikations- und mediensoziologische Problemniveau anführt.

Zum einen stellt er die Massenmedien in den Zusammenhang von *Demokratie und Öffentlichkeit* und begründet damit einen normativ fundierten Kritikmaßstab. So wird Webers Forderung nach einer Zeitungsenquête von folgender beunruhigender Tatsache provoziert: "Wenn heute die Presse durch die bloße Drohung, die Reden der Abgeordneten nicht abzudrucken, die Parlamente auf die Knie zwingen kann, so hat sich offenbar der Sinn des Parlamentarismus wie die Stellung der Presse geändert" (1911, S. 44). Die demokratiethoretisch explizierte Bezugsgröße erlaubt es ihm, die faktische Funktionsweise politischer Öffentlichkeit und des Systems der Massenmedien, jenes "Apparats von psychischen Suggestionmitteln" (1910, S. 1) auf dem Boden empirischer Analysen kritisch zu beurteilen. Entsprechend fragt Weber, ob der mit der Kommerzialisierung des

Pressewesens einhergehende Prozeß der Kapitalakkumulation, Konzentration und Monopolisierung und darüber hinaus des kombinierten Medienbesitzes eine steigende Macht dieser Medien einschlieÙe, "nach eigenem Ermessen die öffentliche Meinung zu prägen? Oder umgekehrt ... wachsende Empfindlichkeit des einzelnen Unternehmers gegenüber Schwankungen der öffentlichen Meinung" (1911, S. 46f.).

Zum anderen verortet Weber die Massenmedien innerhalb dessen, was wir heute das kulturelle System der Gesellschaft nennen würden. Damit ist die soziologische Analyse der Struktur und Funktion von Öffentlichkeit und der darauf reziprok bezogenen Institution der Massenkommunikation in den größeren und methodisch anspruchsvollen Rahmen einer *Kulturanalyse* gestellt. Denn die empirische Erforschung der Medienmacht, der Medieninhalte, ihrer Wirkungsweise sowie der Rezeptionsformen ist Teil des umfassenden Erkenntnisziels, die "Kulturbedeutung" von Öffentlichkeit und Massenkommunikation deutend zu verstehen, zu erklären und damit einer begrifflichen Erkenntnis zugänglich zu machen.

Die von Max Weber immer wieder herausgehobene *Kulturbedeutung* der Massenmedien kommt erstens in ihrem meinungswirksamen, publizistischen Potential zum Ausdruck. Sie manifestiert sich in den spezifischen Machtverhältnissen, die mit ihrer zugleich privilegierten und professionalisierten Einflußnahme auf die politische Öffentlichkeit gegeben sind. Als Forschungsfrage resultiert daraus die Untersuchung der Massenmedien als "agenda setter", die Untersuchung der massenmedialen Inszenierungsmuster und internen Selektionsmechanismen von propagierten Themen und unterschlagenen sowie ausgegrenzten Kommunikationsprozessen. Folgerichtig fragt Weber: "Von wem und was schweigt die Zeitung und aus was für, in ihrer Eigenart und den Bedürfnissen des Publikums liegenden Gründen?" (1910, S. 6).

Zweitens sind die publizistischen Medien aufgrund der spezifischen Veränderungen bedeutsam, die sie innerhalb der Alltagskommunikation bewirken. Hier vermutet Weber, daß sie zur "Urbanisierung des platten Landes in der Kleinstadt" beitragen und "durch die zugleich 'sachliche' und 'emotionale' Stilisierung" zu einer "formalen Änderung der Ausdrucks- und Denkweisen" führen (1910, S. 5f.).

Zusammengefaßt bestehen - orientiert man sich am "Vordenker" Max Weber - die zentralen Kulturfragen der Kommunikationssoziologie darin, die kulturellen Voraussetzungen für die Konstitution selbstbestimmter

(diskursiver) Meinungs- und Weiterbildungsprozesse zu untersuchen und der kulturellen Bedeutung einer durch Medienmacht "vermachteten" Öffentlichkeit, die in die Alltagskommunikation eindringt, auf die Spur zu kommen. Im Vordergrund des Forschungsinteresses steht "ihr ubiquisierender, uniformierender, versachlichender und dabei doch kontinuierlich emotional gefärbter Einfluß auf die Gefühlslagen und Denkgewohnheiten des modernen Menschen, auf den politischen, literarischen, künstlerischen Betrieb, auf die Bildung und Zersetzung von Massenurteilen und Massenglauben" (1910, S. 6)<sup>4</sup>.

### **3 Wege aus der Talsohle: Ansatzpunkte einer aktualisierten Medien- und Kommunikationssoziologie**

Mit diesem kursorischen Rückblick auf ein inzwischen klassisches, aber unerfüllt gebliebenes Zeugnis medien- und kommunikationssoziologischer Forschungskonzeption ist die Richtung zweier aussichtsreicher Wegstrecken benannt, die der Soziologie Horizonte eröffnet. Das groß angelegte kultur- und wirklichkeitswissenschaftliche Programm Max Webers umfaßt nicht nur die Analyse der *Öffentlichkeit*, sondern auch die Untersuchung dessen, wofür sich die Bezeichnung *Kommunikationskultur* anbietet. Mit diesen beiden Globalthemen Öffentlichkeit und Kommunikationskultur sind zwar die Eckpfeiler einer Soziologie der Massenmedien unter Berufung und im Anschluß an Max Weber gesetzt. Aber in den seitdem vergangenen Jahrzehnten hat sich das Medien- und Kommunikationssystem grundlegend in seiner Verfaßtheit verändert und in einem für Weber unvorstellbaren Ausmaß quantitativ erweitert. Vier zentrale Fragekomplexe, auf die die Beiträge dieses Bandes durch einen sehr konkreten, forschungspraktischen Zugang zwar zunächst noch erste, aber doch wegweisende Antworten zu geben versuchen, drängen sich in der Folge dieser Wandlungsprozesse gegenwärtig auf:

Erstens: Pluralisierung und Ausdifferenzierung von Öffentlichkeiten: Welches sind die strukturellen Veränderungsprozesse der Öffentlichkeit auf ökonomischer, technischer, institutioneller und repräsentativer Ebene?

---

<sup>4</sup> Für eine weitere Vertiefung siehe Kutsch 1988.

Zweitens: Das 'ambivalente Potential' der Massenmedien: Wie kann gegenwärtig das Verhältnis zwischen politischer Kultur, politischer Partizipation und Medienöffentlichkeit empirisch beschrieben werden?

Drittens: 'Kulturelle Hegemonie', symbolische Definitionsmacht der massenmedialen Kulturindustrie: Welches sind die Inszenierungsmechanismen und Darstellungsformen der Öffentlichkeitsproduktion?

Viertens: Veränderung im Prozeß kultureller Reproduktion: Läßt sich ein Wandel von der Lese- und Schriftkultur zur telekommunikativen Kultur feststellen und welche Folge hat er gegebenenfalls?

Im Rahmen dieser thematischen Fragenkomplexe bewegen sich auch die Beiträge dieses Bandes, der die Diskussion über Öffentlichkeit und Kommunikationskultur in der Gegenwartsgesellschaft nicht nur wiedereröffnet, sondern auf ein weiterführendes und innovatives Problemniveau zu heben beabsichtigt.

Den Beginn des *Thementeils II: Aspekte moderner Öffentlichkeit* machen *Jürgen Gerhards* und *Friedhelm Neidhardt*, in deren Beitrag es um eine programmatische Skizze der Strukturen und Funktionen von Öffentlichkeit geht; durch diese Überlegungen erhält die Öffentlichkeitsdiskussion gerade auch unter empirischen Perspektiven neue Impulse. In den anschließenden Beiträgen werden spezielle Probleme der Öffentlichkeit analysiert: *Horst Pöttker* untersucht den Zusammenhang von Differenzierungsprozessen im Rundfunksystem und der - so die These: abnehmenden - Bereitschaft der Bürger zur politischen Partizipation; *Peter Ludes* analysiert die Bedeutung der Sparte "Fernsehnachrichtensendungen" für Prozesse der gesellschaftlichen Modernisierung; *Georg Ruhrmann* versucht am Beispiel der Kommunikation über die Risiken der Gentechnologie zu verdeutlichen, welche Funktionen einer solchen "Wissenschaftsdiskussion" in Medien für Individuum und Öffentlichkeit zukommen; *Michael Schenk* und *Uwe Pfennig* führen schließlich das von ihnen präferierte "ökologisch-analytische Modell" in die Diskussion ein: In diesem Modell werden drei Momente aufeinander bezogen: a) Subjektstrukturen, b) Gruppenstrukturen und c) öffentliches Meinungsklima in ihrer Bedeutung für den Prozeß der individuellen Einstellungs- und Meinungsbildung in der Folge von Rezeptionsprozessen.

In dem *Thementeil III* legt *Ilse Modelmog* Überlegungen zum Fragenkomplex *Gegenöffentlichkeit* vor und *Barbara Mettler-Meibom* problemati-

siert die Frage, wie sozialwissenschaftlich legitimierbare Maßstäbe und Kriterien für eine *Medienkritik* und eine *Medienethik* zu finden sind.

Der *vierte Teil* ist schließlich *ausgewählten Aspekten der Kommunikationskultur im Alltag von Medienproduktion und Medienrezeption* gewidmet: *Rainer Winter* reflektiert das Filmgenre Horrorfilm speziell auch unter der Perspektive der Diskussion der sog. Postmodernen Kultur; *Jo Reichertz* nimmt sich dem Phänomen an, daß Leser und Leserinnen den Annoncenteil in Zeitungen zur Einleitung von intimen Beziehungen - hier ist wohl das Soziologen-Wort "Verkehrsformen" durchaus treffend - nutzen; In dem Beitrag von *Ronald Hitzler* wird anschaulich beschrieben, wie sich ein prominenter Politiker der Massenmedien zwecks öffentlicher Selbstinszenierung bedient, wodurch Einblicke in die Mechanismen der Politikrituale auf der Ebene einer Art von Symbolmanagement vermittelt werden. *Ulrich Oevermann und Jörg Tykwer* diskutieren schließlich das bereits weiter oben als tragend akzentuierte Element moderner Massenkommunikation, das der Inszenierung nämlich, theoretisch und an Fallmaterialien und führen damit die wichtigen in der Tradition der Frankfurter Schule stehenden mediensoziologischen Studien fort.

#### **4 Öffentlichkeit, Publikum und Medienmacht**

Daß der Zeitpunkt zu einer neuerlichen Beschäftigung mit der Öffentlichkeit bzw. zu einer neuerlichen Suche nach ihr (Neidhardt 1989) durchaus als günstig einzuschätzen ist, läßt sich zum einen wohl daran festmachen, daß z.B. ein solcher Forschungsschwerpunkt wie der am Wissenschaftszentrum Berlin angesiedelte mit dem Titel "Öffentlichkeit und soziale Bewegungen" eingerichtet worden ist. Zum anderen liegt inzwischen interessanterweise auch eine Neuauflage und eine englische Übersetzung (1989) des in unserem Zusammenhang wichtigen "klassischen" Werkes "Strukturwandel der Öffentlichkeit" von Jürgen Habermas vor. Der Autor verzichtet zwar auf eine generelle Überarbeitung seiner Argumentation von 1962, hat aber dem Neudruck ein aktuelles Vorwort ergänzend vorangestellt, in dem er aus heutiger Sicht selbst wichtige Relativierungen und Revisionen an seiner Argumentation thematisiert (1990, S. 11 ff.). In seiner Analyse des "Strukturwandels der Öffentlichkeit" argumentierte Habermas, daß die historischen Erfahrungen mit dem liberalbürgerlichen und sozialstaatlichen Modell der Öffentlichkeit auf eine eigentümliche Paradoxie hinauslaufen: Diejenigen Institutionen der Öff-

fentlichkeit, die eigentlich im Interesse der Öffentlichkeit sowohl staatliches Handeln als auch ökonomische Herrschaft kontrollieren und alle Formen des Machtmißbrauchs vor dem Forum der Öffentlichkeit kritisieren sollten, sind ihrerseits unter den Einfluß staatlicher und ökonomischer Partikularinteressen geraten und bedürften nun selbst der demokratischen und staatlich durchgesetzten öffentlichen Kontrolle. Habermas resümiert die Ergebnisse seiner Studie wie folgt: Eine politische Öffentlichkeit existiert nur noch rudimentär, die politische Willensbildung vollzieht sich praktisch auf dem Boden einer längst entpolitisierten Öffentlichkeit. Dem korrespondiert eine verbreitete politische Apathie der Bevölkerung auf der Basis faktischer Einflußlosigkeit und fortschreitender Vermachtung der Politik.

Was ist die Konsequenz dieses Vermachtungs- und Apathisierungsprozesses? Politische und persönliche Selbstverwirklichung ist angesichts dieser Situation gezwungen, auf Räume außerhalb jener Sphäre auszuweichen, die formell als Öffentlichkeit klassifiziert wird. Die nichtöffentlichen Bereiche organisierter und unorganisierter Privatinteressen werden zum Ort und zum Träger der Artikulation politischer Ziel- und Ordnungsvorstellungen. Somit ist dieser Zerfallsprozeß von Öffentlichkeit und die komplementäre Tendenz der Verdinglichung kommunikativ strukturierter Handlungsbereiche begleitet von einer Reprivatisierung öffentlicher Angelegenheiten sowie einer rückzugsartigen Bewahrung eines 'eigentlichen Diskurses' vor den pseudo-kommunikativen Inszenierungen sei es in Form populär-eskapistischer Publikumsunterhaltung, sei es in Form von Politikinszenierungen als Ritual zur Sicherung von Massenloyalität. Aus dieser zweifachen Rückzugstendenz erklärt sich die suggestive Kraft der neuen öffentlichkeits- und kommunikationstheoretischen Konzepte, die wieder unmittelbar auf zwischenmenschliche, direkte Kommunikation, Lebenswelt, Intimität, Subjektivität, Gegenöffentlichkeit, Alternativpresse, Lokalfunk, freie Assoziationsverhältnisse etc. rekurren.

Die in diesem Zusammenhang wegweisende Studie über "Verfall und Ende des öffentlichen Lebens" von Richard Sennett (orig.: "The Fall of Public Man", 1977) führt durch historische Argumentation den Nachweis, daß diese ostentative Hinwendung zum Subjektiven und Intimen in ihren Konsequenzen das Gleichgewicht zerstört zwischen Privatheit als dem Intimraum der Subjekte und Öffentlichkeit, in der sich die sozialen Handlungsakteure in ihrer Gesellschaftlichkeit repräsentieren. Öffentlichkeit und Politik werden nicht nur unangemessen nach Gesichtspunkten der Intimität

und Privatheit beurteilt (Mechanismus der Personalisierung), sondern öffentliches Handeln wird selbst privatisiert und intimisiert (Selbstbetroffenheits-Rhetorik). Damit erscheint die objektive Differenz zwischen den sozialen Bereichen der Privatheit, Öffentlichkeit und Gesellschaftlichkeit nivelliert, der Variationsspielraum von sozialen Beziehungen wird somit eingeengt. Kommunikation reduziert sich auf die Privatheit des häuslichen Medienkonsums vereinzelter Einzelner, auf den passiven Nachvollzug jener artifiziellen Inszenierungen der Unterhaltungselektronik. Diese Unterhaltungselektronik ist ihrerseits auf nichts anderes als Populär- und Massenkultur abonniert. Trotz zielgruppenspezifischer Differenzierungen der Programme bewirken sie eine Nivellierung und Globalisierung ästhetischer Trends, wie sie in den visuell suggestiv vermittelten Leitbildern und stereotypen Images für Lebensstile und Kulturformen zum Ausdruck kommen (Schiller 1988, S. 782 ff. und 1989). Den Konsum dieser synthetischen Inszenierungen und klischeehaften Muster einer "transnationalen korporativen Kulturmaschine" bringt Sennett auf die einprägsame Formel des Paradoxons von zunehmender Sichtbarkeit und wachsender sozialer Isolation. Zwar nimmt der Horizont der visuell aufbereiteten Wahrnehmung von Welt zu, aber zugleich beschränkt sich das reale Interaktionsfeld der Subjekte untereinander: "Beobachtung und 'Sich-Gedanken-Machen'" - so Sennett (1990, S. 273) - "treten an die Stelle des Diskurses".

Die Frage, welche spezifischen Beschränkungen das Mediensystem dem Handlungsfeld der Subjekte inzwischen auferlegt und welche Stellung die Rezipienten zu diesen Herausforderungen und Zumutungen beziehen, ist neuerlich in die Diskussion rückgeführt worden. So schreibt Habermas (1990): "Während ich an der Beschreibung der veränderten Infrastruktur einer vermachteten Öffentlichkeit im großen und ganzen festhalten würde, sind an der Analyse und vor allem an meiner Einschätzung des veränderten Publikumsverhaltens Revisionen angebracht. (S. 29) (...) eine Diagnose einer gradlinigen Entwicklung vom politisch aktiven zum privatistischen, 'vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum' greift zu kurz. Die Resistenzfähigkeit und vor allem das kritische Potential eines in seinen kulturellen Gewohnheiten aus Klassenschranken hervortretenden, pluralistischen, nach innen weit differenzierten Massenpublikums habe ich seinerzeit zu pessimistisch beurteilt. Mit dem ambivalenten Durchlässigwerden der Grenzen zwischen Trivial- und Hochkultur und einer "neuen Intimität zwischen Kultur und Politik, die ebenso zweideutig

ist und Information an Unterhaltung nicht bloß assimiliert, haben sich auch die Maßstäbe der Beurteilung selber verändert" (S. 30). Zur Abklärung der den Subjekten eigenen Handlungspotentiale ist es erhellend, auf zwei Forschungsfelder hinzuweisen, die in diesem Zusammenhang von Relevanz sind: Zum einen liegen - in der Regel über die verschiedenen Disziplinen verstreut - wichtige Ergebnisse zu den kulturellen Strukturen und Prozessen der Medienrezeption vor (Neumann/ Charlton 1988). Sie belegen, daß sich die Subjekte im skizzierten kulturhistorisch abgeleiteten und verorteten Rahmen eines intimisiert-privaten, "passiven" Lebens sehr wohl aktiv und differenziert mit den Massenmedien auseinandersetzen. Auf dem Hintergrund des kulturellen Kontextes ihrer Alltagswelt deuten Rezipienten Medienangebote selektiv, "thematisch voreingenommen", sie steuern den Rezeptionsprozeß mit Hilfe von Rezeptionssteuerungsstrategien und vermitteln - prinzipiell durchaus eigensinnig und widerständig - die Allgemeinheit des medialen Sinnangebots mit der Besonderheit ihrer Biographie und sozialen Lage (Charlton/Neumann 1990). Mit dem Sichtbarmachen der Konstruktionsleistungen und Aktivitätspotentiale der Subjekte beim Mediengebrauch scheint das Mißverständnis überwindbar zu sein, privatisierte Kommunikation kurzschlüssig mit kategorialer Passivität und einem An-das-Medium-ausgeliefert-Sein gleichzusetzen.<sup>5</sup>

Daß dem nicht so ist, zeigt sich zum zweiten auch in dem Forschungsbereich, der sich den Übergängen und Spannungsfeldern von dominanter Öffentlichkeit und Gegen-Öffentlichkeit, von formellen und informellen Öffentlichkeiten widmet. Habermas (1990, S. 15ff.) konzidiert für den historischen Teil seiner Argumentation eine Unterbelichtung des zu den repräsentativen und bürgerlichen Öffentlichkeits-Typen alternativen Spektrums von konkurrierenden und ausgeschlossenen Öffentlichkeiten (Stichworte: plebejische Öffentlichkeit, Volkskultur, patriarchalische Öffentlichkeit). Und gerade auch die jüngere und jüngste Vergangenheit, in der "kollektive Akteure", soziale Bewegungen (Stamm 1988) und "meinungsbildende Assoziationen" (Offe 1989) für eine Differenzierung und Politisierung der öffentlichen Sphäre gesorgt haben und noch sorgen, ist Herausforderung genug, den Vermittlungsverhältnisse von öffentlicher Meinung von oben und der von unten nachzuspüren.

---

<sup>5</sup> Einen instruktiven Überblick über den Bereich der Medienwirkungsforschung gibt Schenk 1987.

Diese Vermittlungsprozesse sind einer der zentralen Bezugspunkte des Arbeitsprogramms von Friedhelm Neidhardt und Jürgen Gerhards. Beide Autoren plädieren in Abgrenzung von dem in ihren Augen normativen bzw. trivialisierenden Standpunkt von Habermas bzw. Luhmann dafür, Öffentlichkeit aus struktur-funktionalistisch, systemtheoretischer sowie aus informationstheoretischer Sicht zu untersuchen: "Öffentlichkeit bildet" - wie sie in ihrem Artikel schreiben - "ein intermediäres System, dessen politische Funktion in der Aufnahme (Input) und Verarbeitung (Thoughtput) bestimmter Themen und Meinungen sowie in der Vermittlung der aus dieser Verarbeitung entstehenden öffentlichen Meinung (Output) einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System besteht." Entsprechend werden die Aspekte von Öffentlichkeit als Sozialsystem, Rollendifferenzierungen sowie Strategien und Prozesse der Meinungsbildung begrifflich differenziert. Die Ausführungen folgen der Intention, einen konzeptionellen Rahmen für eine vor allem auch *empirische* soziologische Analyse von Öffentlichkeit zu entwickeln.

Neidhardts und Gerhards Öffentlichkeitsbegriff ist publizistisch-kommunikationswissenschaftlich ausgerichtet, das Theorem "Information" bzw. "Informationsvermittlung und -verarbeitung" wird zum zentralen Orientierungspunkt der Argumentation: In der modernen Informationsgesellschaft muß im Rahmen der Öffentlichkeit Information hergestellt und verarbeitet werden. Der Vorteil eines solchen Entwurfs liegt darin, daß in dieser Sichtweise der Bereich Öffentlichkeit etwa in einen engen Zusammenhang mit dem Erkenntnisstand in dem derzeit dominanten Bereich der kognitiven Psychologie bzw. Kognitionswissenschaft, aber auch mit dem umfangreichen Wissen aus der journalistischen Praxis gebracht werden kann. Dadurch werden Produktion, Distribution und Rezeption von Medienangeboten, sprich Informationen, in einen einheitlichen Bezugsrahmen gesetzt. Was ist an einer solchen Position problematisch? Der Begriff der Information ist hier sehr weit gefaßt, Sachinformationen fallen wohl ebenso darunter wie Meinungen und Interessen, um die es z.B. einer "klassisch" verfahrenen politisch-soziologischen Konzeption gehen würde. Inwieweit sich dieses Konzept vor allem auch *empirisch* - und daran ist den beiden Autoren im besonderen gelegen - trägt, wird die Zukunft und d.h. der Ertrag der einzelnen Forschungsprojekte des WZB-Schwerpunktes zeigen.

Die Habermas'schen Revisionen an seiner eigenen Argumentation sowie die Initiierung einer aktuellen empirischen Öffentlichkeitsforschung in der

Mediensoziologie sind Indiz genug für eine Relativierung der Vorurteile einer idealistisch überhöhten Vergangenheit und einer kulturkritisch verzerrten Gegenwart von öffentlicher und privater Kommunikation. Gleichwohl bleibt die Frage virulent, wie es um die normativen Standpunkte in der Öffentlichkeitsdiskussion bestellt ist.

Sennett bezieht sich explizit auf den Typus der repräsentativen Öffentlichkeit und macht diesen zum Maßstab für die Einschätzung der "Tyrannei moderner Intimität". Gerhards und Neidhardt orientieren sich an einem Modell der Informationsverarbeitung, problematisieren dieses Konzept jedoch nicht explizit ideologiekritisch, d.h. reflektieren nicht - wie es Barbara Mettler-Meibom überblicksartig in ihrem Artikel unternimmt - das Menschen- und Gesellschaftsbild, d.h. die Ordnungsvorstellungen, die in dem Konstrukt Information impliziert sind. Habermas hält schließlich auch angesichts der Anerkennung eines gestiegenen "ambivalenten Potentials der Massenmedien" daran fest, daß der normative Gehalt von Öffentlichkeit und das Postulat der Publizität und Diskursivität von Meinungs- und Willensbildungsprozessen mit dem Ziel kooperativer Wahrheitssuche nicht preisgegeben werden sollte. Vielmehr müssen sowohl formale und institutionelle Bedingungen als auch die Bedingungen in Gestalt einer in der Lebenswelt verankerten politischen Kultur für die Verwirklichung dieses demokratietheoretisch anspruchsvollen Konzepts von Öffentlichkeit praktisch gesichert sein, so daß sich die "Produktivkraft Kommunikation" (Habermas 1990, S. 36) überhaupt entfalten kann: "Deshalb eignet sich 'politische Öffentlichkeit' als Inbegriff derjenigen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine diskursive Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann, *zum Grundbegriff einer normativ angelegten Demokratietheorie*" (ebenda, S. 38, Hervorhebungen d. Autoren). Dieser Grundbegriff liefert der Medien- und Kommunikationssoziologie, wie schon Max Weber intendierte, die Voraussetzungen für jene Kritikmaßstäbe, deren sie bedarf, wenn sie über die empirische Feststellung von Gegebenheiten hinaus Veränderungs- und Entwicklungsmöglichkeiten im Sinne von politisch fungierender Öffentlichkeit und Diskursivität, d.h. im Sinne politischer Selbstbestimmung begründen will (Keane 1990). Habermas setzt seine Hoffnungen - ähnlich wie in der Konzeptualisierung von Öffentlichkeit in der Analyse von Neidhardt und Gerhards - auf das "Zusammenspiel der institutionell verfaßten politischen Willensbildung mit den spontanen, nicht-vermachteten Kommunikationsströmen einer ... *nicht-organisierten*

Öffentlichkeit" (Habermas 1990, S. 43), die freilich als autonome Öffentlichkeit darauf beschränkt bleibt, mit dem "Entzug von Legitimation" zu drohen.<sup>6</sup>

Das dominante Problem gleichzeitig hegemonialer und universaler Öffentlichkeit heute ist jedoch, daß angesichts des zynisch gewordenen bürgerlichen Bewußtseins Offenlegung und Entlarvung selbst gravierender Mißverhältnisse, die ästhetisch aufbereitete, visualisierte Zurschaustellung von Kriegen und Katastrophen, von Leiden und Gewalt kaum noch politische Sprengwirkungen zeitigen (Werckmeister 1989, S. 12ff). Sie provozieren vielmehr eine Art bittere Akklamation, die in die voyeuristische Lust am Skandal und der Katastrophe flieht. Kann der moralische Konsensus der Bevölkerung, an dem sich durch Offenlegung und Widerstand solche Mißverhältnisse brechen könnten, vorausgesetzt werden? Er müßte selbst erst durch Öffentlichkeit im Sinne der Wahrnehmung kultureller Selbstverantwortung hergestellt werden.

Nimmt man das Forschungskonzept "Öffentlichkeit und soziale Bewegung" des Forschungsschwerpunktes Sozialer Wandel, Institutionen und Vermittlungsprozesse des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung und das Insistieren von Habermas auf der "Produktivkraft Kommunikation" zusammen mit den von Bürgerbewegungen in Gang gebrachten, politisch brisanten Demokratisierungsprozessen in Osteuropa, dann läßt sich ohne Zweifel davon sprechen, daß die Diskussion über Öffentlichkeit und Medienmacht gleichsam eine Art von institutioneller wie auch theoretischer "Wiedereröffnung" erfahren hat, die durch die Soziologie auch angemessen an- und aufgenommen werden sollte. Dazu, zur Restitution von Öffentlichkeit als Grundbedingung politischer Kultur, will das hier vertretene und in den Beiträgen des Bandes repräsentierte Konzept der Medien- und Kommunikationssoziologie beitragen.

## **5 Desiderate einer Medientheorie von Kommunikation und Gesellschaft**

Diese Wiedereröffnung könnte vielleicht auch Anstoß für die Neu-Eröffnung einer Diskussion sein, die zwei Begegnungen zum Inhalt haben

---

<sup>6</sup> Ein solches Zusammenspiel war exemplarisch zu beobachten während der spontanen öffentlichen Demonstration vor allem Jugendlicher gegen den Golfkrieg im Februar 1991. Vgl. Jung/Müller-Doohm 1991.

könnte, nämlich einerseits die von Massenmedien-Theorie und Medien-Theorie sowie andererseits die von Akteur-Theorie und System-Theorie.

Immer wieder kommt es zu Verständigungs- und Verständnisschwierigkeiten, wenn die Bezugsbegriffe "Soziologie der Massenmedien" bzw. der "Massenkommunikation" entweder aufgrund eines nachlässigen Sprachgebrauchs (nach einem Schrumpfungsprozeß bleibt vom zusammengesetzten Wort Massenmedien nur noch das Wort Medien übrig) oder aufgrund einer intendierten Begriffsrevision ersetzt werden durch den Begriff der "*Medien- (und Kommunikations-) Soziologie*" (zunächst im Aufgriff von Sprachregelungen in verwandten Disziplinen wie der sprachwissenschaftlichen Medienwissenschaft, der Medienpsychologie oder der publizistischen Kommunikationswissenschaft). Der Begriff "Mediensoziologie" hat bekanntlich jedoch noch eine zweite gesellschafts- bzw. systemtheoretische Konnotation, nämlich die der Untersuchung der "generalisierten Medien der Kommunikation" wie "Geld", "Macht", "Recht", ursprünglich "Sprache" und "Schrift". Jan Künzler (1989) hat hierzu jüngst eine konstruktive Arbeit vorgelegt, in der die Medientheorien von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann vergleichend besprochen werden u.a. mit dem Ergebnis, daß die Konzeptualisierung der vorliegenden Medientheorie noch keine zufriedenstellende Konsistenz und Stringenz aufweist. Es bleiben also Fragen sowohl innerhalb der gesellschaftstheoretischen Medientheorie, als auch Fragen zum Verhältnis letzterer zur Theorie der Massenmedien offen. Welche Rolle spielen die Massenmedien als gesellschaftliche Medien? Welche Überarbeitung muß sinnvollerweise der Begriff "Medien" erfahren?

In nicht wenigen theoretischen Arbeiten und empirischen Studien kommt es zu einer unglücklichen Konfundierung struktur-funktionalistischer und kybernetischer, systemtheoretischer sowie handlungstheoretischer Begrifflichkeit und Perspektive. So finden z.B. bei der Funktionsbestimmung von Öffentlichkeit Formulierungen Verwendung, die den Eindruck entstehen lassen, als würde es sich beim System Öffentlichkeit um ein Handlungssystem oder anders formuliert: um ein Makro-Subjekt handeln (z.B. Öffentlichkeit als "handelnde Größe"). Es dürfte sicher Konsens darüber bestehen, daß das Aufeinanderbeziehen von differenten Theorie-"Schulen" in mediensoziologischen Argumentationen einer weiteren Ausarbeitung bedarf. Der erreichte Diskussionsstand hat eine Situation entstehen lassen, in der einerseits mit Blick auf den vorhandenen Wissensstand die Zeit eines naiven Eklektizismus, andererseits mit Blick auf die

konstruktiven Bemühungen des Auf-einander-Beziehens der Theorie-  
"Schulen" die Zeit dogmatischer "Grabenkämpfe" vorüber zu sein schei-  
nen, was Chancen einer Neu-Verständigung eröffnen würde.<sup>7</sup>

## **6 Mediensoziologische Forschung und die Verpflichtung zur Interdisziplinarität**

Die Untersuchung von Phänomenen kultureller und politischer Hegemonie ist gegenwärtig insbesondere drei Erschwernissen ausgesetzt: Zum einen legt die im Bereich der Medienforschung - besonders auch im publizistisch-kommunikationswissenschaftlichen Bereich - stark vertretene Auftragsforschung ein Erkenntnisinteresse nahe, das auf das Ziel der Steuerbarkeit von Öffentlichkeit, also auf Chancen der Manipulation hin ausgelegt ist. Zweitens sind manchemteils - traditionell besonders im Bereich der Soziologie - Überakzentuierungen in bezug auf den Manipulationscharakter bzw. die kommunikative Eindimensionalität der Massenmedien zu finden. Und schließlich zwingt die schnelle Entwicklung von Technik und Programmen im Mediensektor der Beschäftigung mit Medienthemen eine Dynamik auf, die die Fachdisziplinen vor große Schwierigkeiten im jeweiligen Bemühen stellt, angesichts von rapiden Modernisierungsschüben nicht vorschnell selbst zu veralten.

In der öffentlichen Diskussion gehören kulturkritische bis kulturpessimistische Erörterungen über den Wandel der kulturellen Reproduktion zum medialen "Tagesgeschäft". Nicht selten werden populärwissenschaftlich gehaltene "Verschwörungstheorien" formuliert, die es allzu leicht haben, im Zirkus der Medien verbreitet zu werden. Medienwissenschaft und speziell auch die Soziologie tun sich mit diesen populären Kulturkritiken leider schwer, nur selten werden die - ein zugegebenermaßen sicherlich pointierter Begriff - Traktate differenziert besprochen.<sup>8</sup> Die Stellungnahme zu diesen Tagesaktualitäten stellt die Mediensoziologie vor große Aufgabenfelder:

Zum einen muß sie sich - wie jüngst auch Joußen (1990) reklamiert - erheblich mehr als bisher mit Fragen der Wirkungs- bzw. Rezeptionsfor-

---

<sup>7</sup> Um wenigstens ein instruktives Beispiel für die Begegnung von Akteur- und Systemtheorie zu nennen, vgl. Schimank 1988.

<sup>8</sup> Z.B. Maletzke 1988; Neumann 1989, insb. S. 56-62.

schung beschäftigen, einem Gebiet, das bislang vor allem von den anderen Disziplinen Publizistik, Psychologie und Sprachwissenschaft bearbeitet worden ist; zum anderen muß an einer Soziologie der Mediendifferenzen - analog z.B. zum sprachwissenschaftlichen Arbeitsfeld der sog. "Textsorten" - gearbeitet werden, die schließlich nicht nur synchronisch, sondern eben auch diachronisch - also unter der Perspektive des Zusammenhangs von Medienentwicklung und kultureller Differenzierung - angegangen werden sollte<sup>9</sup>.

Mit Blick auf den interdisziplinären Dialog besteht eine lange Verbindung zwischen Soziologie und Publizistik. Die anfangs angesprochene Zeitungs-Enquête von Max Weber hat uns bereits zu einer Berührung mit der von den Anfängen der Disziplinen an bestehenden Begegnung von Soziologie und Publizistik geführt<sup>10</sup>. Und das jüngst von Max Kaase und Winfried Schulz in Kooperation herausgegebene Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie (KZfSS) "Massenkommunikation" (1989) dokumentiert nicht nur den Fortbestand, sondern auch eine Intensivierung der Zusammenarbeit. Bei den vielen Gemeinsamkeiten in zahlreichen Gegenstandsfragen bestehen zwischen beiden Fachdisziplinen aber auch Differenzen, die sich wohl vor allem zum einen in einer starken Ausrichtung der Publizistik auf Auftragsforschung hin und zum anderen in deren deutlichen Formulieren einer vereinseitigenden Option auf quantitative Methoden äußern. Ein weiterer interessanter Gesprächspartner im Bereich von Massenmedien und Kommunikation ist die Sprachwissenschaft, die auf eine lange Tradition in der Erforschung von Sprache, Mediensystemen und verstehenden Methoden zurückblicken kann. Des weiteren findet in ihrem Rahmen auch eine richtungsweisende Diskussion über die Gestaltung einer zukünftigen Medienwissenschaft statt (programmatisch: Bohn, Müller/Ruppert 1988). Die Medien- und Kommunikationssoziologie täte gut daran, die entsprechende Zusammenarbeit zu intensivieren.

Eine solche Kooperation auf der Basis einer zwischenfachlichen Kommunikation meint - soll ihr in einem größeren Rahmen Erfolg beschieden sein - sicherlich mehr als das periodische Veranstalten von Elite-Treffen im

---

<sup>9</sup> Um einige Diskussionsperspektiven anzudeuten, hier folgende Hinweise: Soziologie: Winter/Eckert, im Druck; Publizistik: Bobrowsky/Langenbacher 1987; Sprachwissenschaft: Gumbrecht/Pfeiffer 1988.

<sup>10</sup> Erweiternd: vom Bruch 1987.

Rahmen einer fachübergreifenden Diskussion in Forschungszentren oder Wissenschaftskollegien: Interdisziplinarität hat hier mit den Worten von Jürgen Mittelstraß die Form einer "gehobene(n) Veranstaltung von Wissenschaftssubjekten mit gutem disziplinärem Auskommen" (1987, S. 157). Ein solches Auskommen fordert einen hohen Preis: Disziplinargrenzen werden zu Erkenntnisgrenzen, die eine Wirklichkeitsfremdheit bedingen. Im Wissenschaftsdiskurs führt das z.B. zu einem Dilettantismus, wenn Forscher in ihnen nur wenig vertrauten Nachbardisziplinen und -fächern "wildern", um ihre partikulare Sicht der Dinge zu legitimieren. Mit der Widerspenstigkeit der nichtdisziplinären Wirklichkeit tut sich die Wissenschaft schwer, es besteht eine Asymmetrie von Problementwicklung und disziplinärer Entwicklung der Wissenschaftsforschung.

Die Aufhebung von disziplinären Partikularitäten läßt sich nicht - so Mittelstraß weiter - als "multidisziplinäre Aggregatwissenschaft" (S. 155) betreiben (Motto: "wenn jeder das Seine tut, wird das Ganze schon gelingen"), sondern nur als eine "*Interdisziplinarität von unten*" - "als Querdenken, (als) Fragen, wohin noch niemand gefragt hat, (als) Lernen, was die eigene Disziplin nicht weiß" (S. 157). Die angesprochene Neubelebung der Diskussion der Medien- und Kommunikationssoziologie sollte sich diesem Anspruch stellen. Der vorliegende Band dokumentiert, daß dieser Prozeß - in einer vorsichtigen Formulierung - zumindest eingeleitet ist: Neben "klassischen" Themen werden Desiderate und Gegenentwürfe formuliert und bei genauem Hinsehen zeigen sich auch in den Ausführungen zu den "klassischen" Themen Bewegungen, die als Hinweise auf eine Öffnung und Erweiterung der Diskussion im eben genannten Sinne gelten können.

*Literatur*

- Bobrowsky, Manfred & Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.): Wege zur Kommunikationsgeschichte. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 13. München (Öhlschläger) 1987
- Bohn, Rainer; Müller, Eggo & Ruppert, Rainer (Hg.): Ansichten einer zukünftigen Medienwissenschaft. Berlin (Ed. Sigma Bohn) 1988
- Bruch vom, Rüdiger: Zeitungskunde und Soziologie. Zur Entwicklungsgeschichte der beiden Disziplinen. In: Manfred Bobrowsky & Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): Wege zur Kommunikationsgeschichte. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 13. München (Ohlschläger) 1987, S. 138-150
- Charlton, Michael & Neumann, Klaus: Medienrezeption und Identitätsbildung. Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter. Reihe: SkriptOralia. Bd. 28. Tübingen (Narr) 1990
- Deutsche Forschungsgemeinschaft/Enquête der Senatskommission für Medienwirkungsforschung (Hg.): Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland, Teil I und II, Weinheim (VCH) 1986
- Enzensberger, Hans Magnus: Die vollkommene Leere. In: Der Spiegel 20/1988, S. 234-244
- Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1987
- Gumbrecht, Hans Ulrich & Pfeiffer, K. Ludwig (Hg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1988
- Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. (Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990) Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1990
- Habermas, Jürgen: Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1984
- Joußen, Wolfgang: Massen und Kommunikation. Zur soziologischen Kritik der Wirkungsforschung, Weinheim (VCH) 1990
- Jung, Thomas & Müller-Doohm, Stefan: Die zwei Gesichter des Krieges. In: Medium 2/1991 (im Druck)
- Keane, John: Liberty of the Press, Ms. London 1990

- Kultur und Gesellschaft. 24. Deutscher Soziologentag 1988. Beiträge der Forschungskomitees, Sektionen und Ad-hoc-Gruppen. Herausgegeben von Hans-Joachim Hoffmann-Nowotny. Zürich (Seismo) 1989
- Künzler, Jan: Medien und Gesellschaft. Die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Stuttgart (Enke) 1989
- Kutsch, Arnulf: Max Webers Anregungen zur empirischen Journalismusforschung. Die "Zeitungs-Enquête" und eine Redakteurs-Umfrage. In: Publizistik 33, No. 1, 1988, S. 5-31
- Maletzke, Gerhard: Kulturverfall durch Fernsehen? Berlin (Spiess) 1988
- Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Herausgegeben von Max Kaase und Winfried Schulz. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1989
- Mittelstraß, Jürgen: Die Stunde der Interdisziplinarität? In: Jürgen Kocka (Hg.): Interdisziplinarität. Praxis - Herausforderung - Ideologie. Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1987, S. 252-158
- Müller-Doohm, Stefan & Neumann, Klaus: Einleitung - Wege aus der Sackgasse: Medienforschung als Kulturanalyse. In: Dies. (Hg.): Medienforschung und Kulturanalyse. Reihe: Studien zur Soziologie und Politikwissenschaft. Oldenburg (Bibliotheks- und Informationssystem der Universität), 1989, S. 5-13
- Müller-Doohm, Stefan: Medienforschung als Symbolanalyse. Methodische Konsequenzen der Einheit von Kommunikations- und Kultursoziologie. in: Michael Charlton & Ben Bachmaier (Hg.): Medienkommunikation im Alltag. Schriftreihe: IZI, Nr. 24. München, New York, London, Paris (K.G.-Saur-Verlag) 1990a, S. 76-102
- Müller-Doohm, Stefan: Vom Positivismusstreit zur Hermeneutikdebatte. Die Aktualität des interpretativen Paradigmas. In: Kulturanalysen No. 3, 1990b, S. 292-307 (Nexus)
- Neidhardt, Friedhelm: Auf der Suche nach Öffentlichkeit. In: Walter Nutz (Hg.): Kunst - Kommunikation - Kultur. Festschrift zum 80. Geburtstag von Alphonse Silbermann. Frankfurt a.M. (Lang) 1989, S. 25-36
- Neumann, Klaus & Charlton, Michael: Massenkommunikation als Dialog. Zum aktuellen Diskussionsstand der handlungstheoretisch orientierten Rezeptionsforschung. In: Communications 14, No. 3, 1988, S. 7-38

- Neumann, Klaus & Charlton, Michael: Subjekt- und handlungstheoretische Rezeptionsmodelle. In: Dies.: (Hg.): Spracherwerb und Mediengebrauch. Reihe: SkriptOraia, Bd. 27. Tübingen (Narr) 1990, S. 29-44
- Neumann, Klaus: Kindlicher Medienkonsum im 20. Jahrhundert. Über die These der Gleichzeitigkeit von Universalisierung und Individualisierung. In: Hans Dieter Erlinger (Hg.): Kinderfernsehen II. Reihe: Siegener Studien, Bd. 45. Essen 1989, S. 55-93
- Offe, Claus: Bindung, Fessel, Bremse. Die Unübersichtlichkeit von Selbstbeschränkungsformeln. in: A. Honneth, Th. McCarthy, C. Offe & A. Wellmer (Hg.): Zwischenbetrachtungen. Frankfurt a.M. (Suhrkamp) 1989, S. 739-775
- Renckstorf, Karsten: Mediennutzung als soziales Handeln, In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 30/1989, Theorien, Methoden, Befunde. Sonderheft 30 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Herausgegeben von Max Kasse und Winfried Schulz. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1989, S. 314-336
- Rosengren, Karl Erik: Medienkultur. In: Media Perspektiven 6/1989, S. 351-372
- Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. Tübingen (Mohr) 1987
- Schiller, Herbert I.: Disney, Dallas und der elektronische Informationsfluß. Die weltweite Kommerzialisierung der Kultur. In: Media-Perspektiven 12/1988, S. 782-790
- Schiller, Herbert J.; Culture Inc. The corporate takeover of public expression, Oxford (Univ.Press) 1989
- Schimank, Uwe: Gesellschaftliche Teilsysteme als Akteursfiktionen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 40, No. 3, 1988, S. 619-639
- Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt (Fischer TB) 1990
- Stamm, Karl-Heinz: Alternative Öffentlichkeit. Die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen. Frankfurt (Campus) 1988
- Thompson, John B.: Ideology and Media Culture. Cambridge (Polity Press) 1990

- Touraine, Alain: Krise und Wandel des sozialen Denkens. In: Johannes Berger (Hg.): Die Moderne - Kontinuitäten und Zäsuren. Soziale Welt, Sonderband 4. Göttingen (Otto Schwartz & Co) 1986, S. 15-39
- Weber, Max: Geschäftsbericht. In: Verhandlungen des ersten Deutschen Soziologentages, Tübingen 1911
- Weber, Max: Vorbericht über eine vorgeschlagene Erhebung über die Soziologie des Zeitungswesens, Ms. Kiel 1910
- Werckmeister, Otto K.: Zitadellenkultur. München, Wien (Hauser-Verlag) 1989
- Winter, Rainer & Eckert, Roland: Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Opladen (Leske & Budrich) (im Druck)