

Carsten Winter · Andreas Hepp · Friedrich Krotz (Hrsg.)

Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Medien – Kultur – Kommunikation

Herausgegeben von
Andreas Hepp
Friedrich Krotz und
Waldemar Vogelgesang

Kulturen sind heute nicht mehr jenseits von Medien vorstellbar: Ob wir an unsere eigene Kultur oder ‚fremde‘ Kulturen denken, diese sind umfassend mit Prozessen der Medienkommunikation durchdrungen. Doch welchem Wandel sind Kulturen damit ausgesetzt? In welcher Beziehung stehen verschiedene Medien wie Film, Fernsehen, das Internet oder die Mobilkommunikation zu unterschiedlichen kulturellen Formen? Wie verändert sich Alltag unter dem Einfluss einer zunehmend globalisierten Medienkommunikation? Welche Medienkompetenzen sind notwendig, um sich in Gesellschaften zurecht zu finden, die von Medien durchdrungen sind? Es sind solche auf medialen und kulturellen Wandel und damit verbundene Herausforderungen und Konflikte bezogene Fragen, mit denen sich die Bände der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ auseinander setzen wollen. Dieses Themenfeld überschreitet dabei die Grenzen verschiedener sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Anthropologie und der Sprach- und Literaturwissenschaften. Die verschiedenen Bände der Reihe zielen darauf, ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen, das komplexe Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive zu fassen. Dabei soll die Reihe sowohl aktuelle Forschungen als auch Überblicksdarstellungen in diesem Bereich zugänglich machen.

Carsten Winter · Andreas Hepp
Friedrich Krotz (Hrsg.)

Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Grundlegende Diskussionen,
Forschungsfelder und
Theorieentwicklungen



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-15114-4

Inhalt

<i>Friedrich Krotz, Andreas Hepp & Carsten Winter</i>	
Einleitung: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft.....	9
 <i>Teil 1: Grundlegende Diskussionen</i>	
 <i>Friedrich Krotz</i>	
Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Grundlage kommunikationswissenschaftlicher Forschung	29
 <i>Stephan Müller-Doohm</i>	
Von der Kulturindustrieanalyse zur Idee partizipativer Öffentlichkeit. Reflexionsstufen kritischer Medientheorie	49
 <i>Kurt Imhof</i>	
Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne	65
 <i>Johanna Dorer & Elisabeth Klaus</i>	
Feministische Theorie in der Kommunikationswissenschaft	91
 <i>Andreas Hepp</i>	
Kulturtheorie in der Kommunikations- und Medienwissenschaft.....	113
 <i>Rudolf Stöber</i>	
Innovation und Evolution: Wie erklärt sich medialer und kommunikativer Wandel?	139
 <i>Andreas Ziemann</i>	
Kommunikationstheorie als Gesellschaftstheorie und mediale Konstellationen	157
 <i>Alexander Görke</i>	
Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation	173

Anne-Katrin Arnold & Beate Schneider

Interdisziplinärer Theorietransfer in der Kommunikationswissenschaft
am Beispiel des sozialen Kapitals 193

Stefanie Aeverbeck

Über die Spezifika „nationaler Theoriediskurse“:
Kommunikationswissenschaft in Frankreich 211

Matthias Karmasin

Kommunikations-Kommunikationswissenschaft:
Wissenschaftstheoretische Anmerkungen zur Theoriediskussion
in den Kommunikationswissenschaften 229

Teil 2: Forschungsfelder und Theorieentwicklungen

Christoph Neuberger

Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie:
Paradigmenwechsel in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation ... 251

Margreth Lünenborg

Journalismus in der Mediengesellschaft:
Ein Plädoyer für eine integrative Journalistik 269

Oliver Zöllner

Zugehörigkeit und Teilhabe von Migranten in der Mediengesellschaft:
Neue Fernsehkanäle und die alte Aufgabe der Integration 291

Stephan Alexander Weichert

Krisen als Medienereignisse: Zur Ritualisierung mediatisierter
Kommunikation im Fernsehen 311

Patrick Donges

Medien als Strukturen und Akteure: Kommunikationswissenschaftliche
Theoriediskussion zwischen System- und Handlungstheorie..... 329

Franziska Weder

Produktion und Reproduktion von Öffentlichkeit: Über die
Möglichkeiten, die Strukturierungstheorie von Anthony Giddens
für die Kommunikationswissenschaft nutzbar zu machen..... 345

Johannes Raabe

Kommunikation und soziale Praxis: Chancen einer praxistheoretischen
Perspektive für Kommunikationstheorie und -forschung 363

Udo Göttlich

Zur Kreativität des Handelns in der Medienaneignung:
Handlungs- und praxistheoretische Aspekte als Herausforderung
der Rezeptionsforschung 383

Maren Hartmann

Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines
Medienaneignungskonzeptes 401

Carsten Winter

Medienentwicklung als Bezugspunkt für die Erforschung von
öffentlicher Kommunikation und Gesellschaft im Wandel..... 417

Über die Autorinnen und Autoren 447

Index..... 453

Einleitung: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Friedrich Krotz, Andreas Hepp & Carsten Winter

1 Medien, Kommunikation und Theorien im Wandel

Der vorliegende Band ist in der Folge zweier zusammenhängender Workshops der Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) entstanden. Die Fachgruppe wollte sich – so der Titel der Workshops – mit den „Theorien der Kommunikationswissenschaft: Bestandsaufnahme und Diskussion“ auseinandersetzen. Der Call for Papers ging von einem Verständnis der Kommunikationswissenschaft als „Querschnittswissenschaft“ der ‚Informations-‘ und/oder ‚Mediengesellschaft‘“ aus, die ihre Theorien zum Teil in Kooperation und Auseinandersetzung mit anderen Disziplinen entwickelt hat. Notwendig sei eine solche Bestandsaufnahme und Diskussion wegen des gesellschaftlichen, des medialen und des theoretischen Wandels der letzten Jahre, so hieß es im Text. Inhaltlich sollten einerseits der Stand der so genannten Basistheorien der Kommunikationswissenschaft, etwa Handlungs- oder Kulturtheorien, andererseits die genuin kommunikationswissenschaftlichen Ansätze aus den einzelnen Theoriefeldern, etwa der Medienpolitik, des Journalismus oder der Medienrezeptionsforschung diskutiert werden.

Die Grundannahmen des Calls, der erhebliche Resonanz fand und zu den zwei aufeinander aufbauenden Workshops führte, sind – gerade auch heute angesichts der inzwischen begonnenen Selbstverständnisdiskussion der Kommunikations- und Medienwissenschaft – nicht weiter begründungspflichtig. Die Beiträge des Bandes nehmen dementsprechend die doppelte Zielsetzung der Bestandsaufnahme und der Diskussion der kommunikationswissenschaftlichen Theorien im Hinblick auf die Veränderung ihrer Gegenstandsbereiche und die an sie gerichteten Erwartungen in unterschiedlichem Ausmaß auf, setzen aber alle bei Fragen des Wandels an.

Die Vielzahl der Beiträge musste jedoch gegliedert werden. Wir als Organisatoren der Tagung und als Herausgeber des Bandes haben deswegen die Beiträge in zwei Teile zusammengefasst. Der erste Teil versammelt die Texte, die man einer „Grundlegenden Theoriediskussion“ zurechnen kann, der zweite Teil beschäftigt sich dann eher mit den Theoriediskussionen in den einzelnen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Forschungsfeldern. Diese Abgrenzung muss freilich problematisiert werden; sie ist jedenfalls nicht kanonisch gemeint, sondern pragmatisch, wie wir gleich erläutern werden.

Bevor wir die einzelnen Beiträge kurz charakterisieren, wollen wir also diese Unterteilung skizzenhaft begründen, in dem wir auf konzeptionelle und wissenschaftstheoretische Probleme der Fragestellungen eingehen, die mit diesen Workshops angepeilt war. So muss der von uns hier in diesem Band verwendete Begriff der „grundlegenden Theorie“ auch deswegen reflektiert werden, weil sich die Diskussionen in den beiden Workshops nicht auf die einzelnen Beiträge beschränkte, sondern darüber hinaus die im Call verwendeten Begrifflichkeiten hinterfragte. Auch ist in diesem Zusammenhang überhaupt der Frage nachzugehen, wie man Theorien katalogisieren kann. Damit soll die Theoriediskussion in der Kommunikations- und Medienwissenschaft nicht bewertet werden, es soll aber zu ihrer Strukturierung beigetragen werden.

2 Begriffs- und Ordnungsprobleme im Zusammenhang mit Theorie

Im ursprünglichen Call for Papers haben wir den Begriff der „Basistheorien“ der Kommunikations- und Medienwissenschaft verwendet – er sorgte bei den Workshops dann für erhebliche Diskussionen. Der im Fach verbreitete Begriff „Basistheorie“ (z. B. Bonfadelli/Rathgeb 1997) erhebt den Anspruch, dass die als solche klassifizierten Theorien „die Grundlagen [des] Fachs, seine wissenschaftlichen Fundamente“ (Burkart 1997: 51) ausmachen. Als solche „Basistheorien“ werden z. B. Symbolischer Interaktionismus, (radikaler) Konstruktivismus, Handlungstheorie, Semiotik, materialistische Theorie und Systemtheorie genannt. Die hier im Weiteren verwendete Bezeichnung „grundlegende Theorie“ meint etwas anderes. Wir verstehen „grundlegende Theorie“ als weniger ausgrenzend und offener: *Als grundlegend gelten dementsprechend solche Theorien, die auf verschiedene Phänomenbereiche angewandt werden bzw. diese verbindend einen konzeptuellen Zugang zu Gegenständen der Kommunikations- und Medienwissenschaft begründet haben.* Ein solcher Begriff von grundlegender Theorie vermeidet – so zumindest unsere Hoffnung – die mit

dem Ausdruck „Basistheorie“ zumindest implizit verbundene Wertung, bestimmte Theorien seien fundamentaler als andere. Außerdem bezeichnet „grundlegende Theorien“ ein erheblich weiter reichendes Set von Theorien als im Konzept der Basistheorien mitgedacht ist. Neben den genannten begreifen wir beispielsweise auch Kultur- oder Gendertheorien als grundlegend für die Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Im Zusammenhang damit verstehen wir Theorien als aus aufeinander bezogenen Begriffen bestehende und durch übergreifende Konzepte gekennzeichnete Aussagensysteme und darüber ausgedrückte Sinnzusammenhänge. Theorien in einem solchen Verständnis stellen nicht einfach nur dar, was ist, sondern auch, wie etwas funktioniert, woraus es besteht, wie es zustande kommt, was es für wen bedeutet usw. (vgl. Krotz 2005: 27): Theorien beschreiben etwas als Struktur und Prozess in seinen Kontexten und seiner Bedeutung. Dabei beruhen Theorien auf einem Diskussionsprozess in der jeweiligen Gemeinschaft von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, in dem diese kontrolliert werden und geklärt wird, welche Theorien als akzeptabel gelten, in dem aber auch Weiterentwicklungen und Neukonzeptionalisierungen bis hin zu Paradigmenwechseln statt finden (vgl. Kuhn 1978).

Wir betonen dies aus zwei Gründen. Einmal hat sich die Kommunikations- und Medienwissenschaft lange an der Vorstellung oder Idee eines Fachkernes orientiert, beispielsweise am Lasswellschen Verständnis von Kommunikation, das anregte zu erforschen, wer was zu wem über welchen Kanal und mit welcher Wirkung sagt – und gleichzeitig Kommunikations- und Medienwissenschaft konzeptionell darauf reduzierte. In den letzten Jahren verloren diese Gliederungsaspekte, die schon immer als zu schlicht kritisiert worden waren, auch durch den Wandel der Medien und durch neue Theorien im Zusammenhang mit der wachsenden Bedeutung der Medien und der auf sie bezogenen Wissenschaften an Bedeutung. An ihre Stelle rückte im Prozess der Ausweitung des Fachs eine breitere Vielfalt von Theorien, die mehr „Pluralität“ und „Arbeitsteilung“ und ein damit kompatibles Wissenschaftsverständnis erkennen ließen, wie die Fachgeschichte der Kommunikations- und Medienwissenschaft im deutschsprachigen Raum belegt (vgl. Krotz 2007, Hepp 2004: 27-99). In diesem Sinne kann man mit Roger Silverstone festhalten:

„Obwohl es durchaus attraktiv wäre und auf den ersten Blick oft überzeugend klingt, ist *die* Theorie der Medien nicht zu haben. Sie zu suchen wäre ein furchtbarer Fehler, und zwar in politischer, intellektueller und moralischer Hinsicht.“ (Silverstone 2007: 17f.)

Die Beiträge des nun vorgelegten Bandes zeigen dementsprechend, dass und wie die Arbeit an Theorien arbeitsteiliger und dabei offener geworden ist: Es zählt weniger die Abgrenzung als vielmehr die Spezifikation einzelner Perspektiven und die in der Folge oft Teildisziplinen und Disziplinen übergreifende In-

tegration und Vernetzung. Damit wird der Vorteil von Theorienvielfalt deutlich: Theorien ermöglichen verschiedene Perspektiven auf ihre Gegenstände, die sie verschieden konzeptualisieren. Unterschiedliche Kommunikations- und Medientheorien schließen sich daher nicht notwendig aus, sie ermöglichen vielmehr erst verschiedene Perspektiven und entsprechend einen theoriegeleiteten Diskurs.

Damit wird zweitens „Theorie“ in der heutigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Diskussion umfassender gebraucht, als es über lange Zeit der Fall war, indem der primäre Fokus vorwiegend auf den so genannten „Theorien mittlerer Reichweite“ („middle range theories“) im Sinne von Robert K. Merton (1988/1973) lag. Der Fokus von Theorien mittlerer Reichweite ist auf klar begrenzte Geltungsbereiche und empirische Überprüfbarkeit gerichtet. Merton hatte diesen Theorietypus insbesondere in Abgrenzung zu Talcott Parsons (1976/1949) und dessen Arbeiten an allgemeinen Theorien entwickelt. Theorien mittlerer Reichweite bilden allerdings nur einen recht überschaubaren Anteil am Gesamt der Theorieentwicklungen.

Die an diese Überlegungen anknüpfende Frage ist nun, wie sich Theorien einer derartigen Vielfalt dennoch kategorisieren lassen. Als Antwort darauf lassen sich zwei Möglichkeiten angeben, die sich für eine empirische Wissenschaft anbieten: Möglich ist einmal eine Unterscheidung nach ihrem empirischen Bezug, zum anderen nach ihrer inhaltlichen Zielsetzung. Diese beiden Wege sollen kurz anhand vorliegender Unterscheidungen skizziert werden.

Tabelle: Typen empirisch basierter Theorien

Typ 1: Mathematisch fassbare Theorien	Typ 2: Materiale Theorien	Typ 3: Metatheorien
Theorien geben mathematisch ausgedrückte, für den Gegenstandsbereich funktionale Zusammenhänge wieder	Theorien sind Aussagenzusammenhänge, die begrenzte Sachverhalte typisierend beschreiben und sie als Struktur und Prozess darstellen	Metatheorien, die tendenziell universelle Welterklärungen enthalten
Quantitativ begründete Verfahren	Qualitativ begründete Verfahren	Erklärungs- und Strukturierungszusammenhänge mit punktueller Empirie

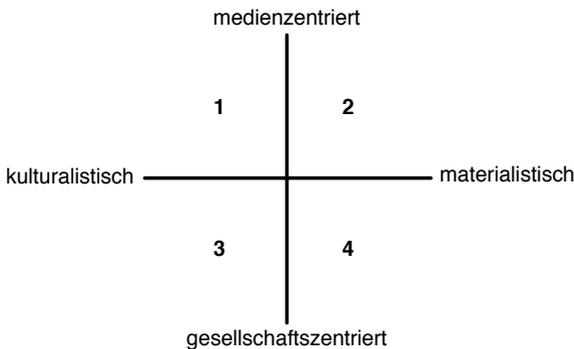
Quelle: Erweitert nach Krotz 2005: 70

Im Hinblick auf ihren empirischen Bezug, also im Hinblick auf den Rückbezug von Aussagenzusammenhängen zu empirischen Phänomenen, die paradoxerweise selbst erst in der Perspektive eines bestimmten theoretischen Standpunkts

zu einem wissenschaftlichen Gegenstandsbereich werden, lassen sich drei Arten von Theorien unterscheiden. Dies sind erstens mathematisch fassbare Theorien, zweitens materiale Theorien und drittens Metatheorien (siehe oben stehende Tabelle).

Während der erste Typus von empirisch basierter Theorie Setzungen darstellt, die als gültig begriffen werden, bis sie über Hypothesenbildung mit quantitativ begründeten Verfahren (bspw. standardisierten Umfragen, Inhaltsanalysen etc.) widerlegt sind (Falsifikationsprinzip), basieren Theorien des Typus 2 auf methodisch breiter angelegten und zumeist qualitativen Prozessen (bspw. qualitativen Interviews und deren kategorienbildende Auswertung) der empirischen Auseinandersetzung mit Gegenstandsbereichen. Theorien des Typus 3 sind als Metatheorien übergreifende Theoriegebilde, die in einzelnen Teilen auf konkreter Empirie beruhen, aber in ihrer Gesamtheit nicht empirisch überprüfbar sind, sondern vielmehr ein theoretisches Bezugs- und Einordnungsmuster für konkrete Forschungen bieten. Beispiele hierfür wären die Individualisierungs-, Globalisierungs- oder auch Mediatisierungstheorie. Die Beziehung dieses Typus von Theorie zu den beiden anderen ist darin zu sehen, dass Theorien des Typus 1 und 2 „Bausteine“ von Theorien des Typus 3 darstellen (können).

Abbildung: Dimensionen und Typen von Medien- und Kommunikationstheorie



Quelle: McQuail 2005: 13

Die Unterscheidung dieser drei Arten von Theorien ermöglicht es uns nochmals aus einem anderen Blickwinkel die Frage zu stellen, was grundlegende Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft sind. Letztlich – so legt zumin-

dest die aktuelle Theoriediskussion nahe – verweisen grundlegende Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft insbesondere auf Theorien des Typus 3, also Metatheorien. Hiermit ist nicht gemeint, dass jede grundlegende Theorie gleichzeitig eine Metatheorie wäre. Jedoch stehen grundlegende Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft zu übergreifenden Theoriegebilden in Bezug. Exemplarisch greifbar macht dies eine materialistische Kommunikations- und Medientheorie, die letztlich auf eine bestimmte Metatheorie von Kultur und Gesellschaft bzw. deren Wandel verweist, ebenso aber auch Handlungs-, System- oder Kulturtheorie. Deshalb nehmen in den verschiedenen Beiträgen vor allem des ersten Teils des vorliegenden Bandes metatheoretische Fragen einen vergleichsweise breiten Raum ein.

Eine zweite mögliche Kategorisierung von kommunikationswissenschaftlichen Theorien kann man in Orientierung an einen Systematisierungsvorschlag von Denis McQuail vornehmen, mit dem er Kommunikations- und Medientheorien auf der Basis der Gegensatzpaare kulturalistisch vs. materialistisch bzw. medienzentriert vs. gesellschaftszentriert unterscheidet (siehe die oben stehende Abbildung).

Diese Matrix ermöglicht die idealtypische Bestimmung von vier grundlegenden Arten von Kommunikations- und Medientheorien (vgl. McQuail 2005: 13f.):

1. *Medien-kulturalistische Theorien:* Diese Theorien fokussieren primär Medieninhalte und deren Medienformen sowie die subjektive Aneignung und Rezeption von Medieninhalten unter dem Einfluss von direkten persönlichen Umweltbezügen und Relevanzsetzungen.
2. *Medien-materialistische Theorien:* Diese Theorien betonen die organisatorischen, finanziellen und technologischen Aspekte der Medien.
3. *Sozial-kulturalistische Theorien:* In diesen Theorien werden der Einfluss sozialer Faktoren auf Medienproduktion und -rezeption sowie die Funktion von Medien im sozialen Leben betont.
4. *Sozial-materialistische Theorien:* Medien und deren Inhalte werden in diesen Theorien primär als Ausdruck bestimmter politisch-ökonomischer bzw. gesellschaftlich-materieller Kräfte und Bedingungen angesehen.

McQuails Matrix verdeutlicht einmal mehr die Verschiedenartigkeit und Vielfalt möglicher Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft, aber auch deren gemeinsame Orientierungen. Die im ersten Teil des vorliegenden Bandes behandelten grundlegenden Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft sind innerhalb des Schemas von McQuail insbesondere im dritten und vierten Sektor der Matrix anzusiedeln. Die kulturalistisch-gesell-

schaftszentrierte Zugangsweise ist im deutschsprachigen Raum dabei vor allem deren handlungstheoretische Begründung, der zum Beispiel der gesellschafts-materialistische Zugang der Kritischen Theorie der Frankfurter Schule gegenüber steht. Begreift man beide Perspektiven gewissermaßen als Eckpunkte der gegenwärtigen deutschsprachigen Diskussion um grundlegende Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft, so lassen sich ausgehend von diesen (vielleicht) auch die verschiedenen weiteren Beiträge einordnen, angefangen von einem normativen Verständnis von Öffentlichkeit über Kulturtheorie und feministische Theorie bis hin zur Systemtheorie.

Auch der zweite Teil des Bandes verfolgt das Ziel, die Breite und Offenheit der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Theoriediskussionen, ihre Folgen für die künftige Entwicklung des Faches sowie für neue Forschungsfelder exemplarisch zugänglich zu machen. Während im ersten Teil aber die Erhaltung und Stabilität theoretischer Überlegungen angesichts des Wandels im Vordergrund steht, bildet für den zweiten Teil dann der Wandel von Medien und Kommunikation selbst den Gegenstand der Reflexion. Damit rücken auch Entwicklungen innerhalb der wichtigen Gegenstandsbereiche der Kommunikations- und Medienwissenschaft in den Vordergrund. Im Bezug auf die Entwicklung der Sozial- und Gesellschaftstheorie sind die Beiträge zwischen einerseits dem „Pragmatic Turn“ (Sandbothe 2000) und andererseits dem „Complexity Turn“ (Urry 2003: 17-38) angesiedelt. Die meisten Artikel versuchen vor diesem Hintergrund Ordnung in überschaubare und veränderte oder veränderbare Gegenstandsbereiche von Medien und Kommunikation zu bringen: In den Beiträgen werden Wandlungsprozesse in ihrer Heterogenität zum Thema gemacht, bevor in der Folge neue Vorschläge zur Strukturierung der jeweiligen Gegenstände entwickelt werden.

Dabei ist wichtig im Blick zu haben, dass „Forschungsfelder“ und „Theorienentwicklungen“ in einem engen Zusammenhang stehen. Forschungsfelder sind nicht einfach in der Alltagswelt gegebene Phänomenbereiche, die wissenschaftlich zu untersuchen sind – sie entstehen vielmehr als Forschungsfelder erst durch eine spezifische konzeptuelle Ordnung und sind entsprechend mit den Theorieentwicklungen untrennbar verbunden. *In diesem Sinn bezeichnet Forschungsfeld immer auch den durch einen unterscheidbaren (neuen) theoretischen Zugang jeweils erst konstituierten „Gegenstand“ wissenschaftlicher Auseinandersetzung.* Dieses Verständnis von Forschungsfeldern streicht heraus, wie sehr die Entwicklung von Theorien, empirischer Forschung und der Wandel von Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft immer wechselseitig aufeinander verweisen.

3 Die Beiträge des ersten Teils im Überblick

Der Beitrag von Friedrich Krotz *Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Grundlage kommunikationswissenschaftlicher Forschung* steht am Anfang, weil er die basale Erfahrung von Kommunikation als Handlung als Bezugspunkt für die Theoriebildung in der Tradition von erprobten und breit angewandten Theorien entwickelt, die sich in der Kommunikations- und Medienwissenschaft durchgesetzt haben: Handlungstheorien werden aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Sicht dargestellt. Krotz zeigt, was diese leisten können, wenn sie mit dem Symbolischen Interaktionismus gerade im Hinblick auf den aktuellen Wandlungsprozess der Mediatisierung in Verbindung gedacht werden.

Stephan Müller-Doohm rekonstruiert in seinem Beitrag *Von der Kulturindustrieanalyse zur Idee partizipativer Öffentlichkeit. Reflexionsstufen kritischer Medientheorie* die bei der Gründung des Frankfurter Instituts für Sozialforschung formulierte Annahme, dass die „Probleme der Bildung und Vermittlung ideologischen Bewusstseins sowie die Funktion einer medienvermittelten Massenkultur [...] mit den Mitteln der Gesellschaftstheorie zu lösen“ sind. Das ausgehend von dieser Überlegung von Max Horkheimer entwickelte Forschungsprogramm rückt in den Fokus, welchen Stellenwert Medien als „Kulturindustrie“ im machtgeprägten Gesamt der Gesellschaft haben. Jürgen Habermas Studie *Strukturwandel der Öffentlichkeit* lässt sich in diesem Sinne als „Aktualisierung der Kulturindustrieanalyse“ interpretieren, die an die Stelle des historischen Materialismus als dem maßgeblichen normativen Rahmen die Demokratietheorie setzt. Weiter rekonstruiert Müller-Doohm die Reflexionsstufe kritischer Medientheorie über Habermas' Dualisierung von System und Lebenswelt und stellt diese unterschiedlichen, in der Tradition der Aufklärung stehenden kritischen Medientheorien einander gegenüber.

In Kurt Imhofs Beitrag *Theorie der Öffentlichkeit als Theorie der Moderne* ist die Aufklärung und ihr Postulat, dass demokratische Selbstbestimmung eine Öffentlichkeit voraussetzt, der Ausgangspunkt der Argumentation. Imhof zeigt, dass eine Theorie der Öffentlichkeit die Norm- und Wertedimensionen der Aufklärung zum Wandel der Öffentlichkeit in Beziehung setzen können muss, wenn sie zentrale Funktionen von Öffentlichkeit im Wandel verständlich machen will. Sein Beitrag leistet das im Zusammenhang mit einer neuen Konzeptualisierung von Öffentlichkeit als einem komplexen „Netzwerk von Kommunikationsflüssen [...], die in verschiedenen Arenen zusammenfließen“. Dabei ist ihm wichtig

zu zeigen, dass diese nicht in den Massenmedien aufgehen, sondern derzeit einen neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit konstituieren, der mit Bezug auf die Norm- und Wertedimensionen der Aufklärung und die Bedingungen demokratischer Selbstbestimmung diskutiert werden kann.

Eine jüngere normative Orientierung von Medien- und Kommunikationstheorie, deren Gegenstand nicht die „Bildung und Vermittlung eines ideologischen Bewusstseins“ ist, wie bei Horkheimer und Adorno, oder die „Öffentlichkeit als Bedingung der demokratischen Selbstbestimmung“ in der Tradition der Aufklärung, stellen in ihrem Beitrag *Feministische Theorie in der Kommunikationswissenschaft* Johanna Dorer und Elisabeth Klaus vor. Sie zeigen wie feministische Theorie entwickelt wurde und wie mit ihr „Konzepte und Modelle zur Analyse hierarchischer Geschlechterverhältnisse und -zuschreibungen“ und „politische Strategien zur Beseitigung gesellschaftlicher Diskriminierungen auf Grund des Geschlechts“ entwickelt wurden, bevor am Beispiel der Journalismusforschung konkret demonstriert wird, wie sich feministische Theorien auf Fragestellungen und Forschungsdesign ausgewirkt haben.

In der von Andreas Hepp vorgestellten Konzeptualisierung von Kulturtheorie als grundlegende Theorie der Kommunikations- und Medienwissenschaft wird die Relevanz einer kulturtheoretischen Zugangsweise für eine Auseinandersetzung mit Prozessen der Medienkommunikation deutlich gemacht. Nachdem im Beitrag *Kulturtheorie in der Kommunikations- und Medienwissenschaft* die kulturelle Dimension medienvermittelter Bedeutungsproduktion fokussiert wird, werden neuere Konzepte der Konnektivitäts- und Netzwerktheorie und des Analyseansatzes des „Kreislaufs der Medienkultur“ als analytischer Gesamtansatz der Beschreibung von Medienkulturen vorgestellt. Medienkultur wird auf der Basis jüngerer Kulturtheorie über die Artikulationsebenen von Produktion, Repräsentation, Aneignung, Identifikation und Regulation als ein hybrides, zunehmend durch Globalisierung geprägtes Gesamt greifbar, in dem sich verschiedene Konflikte und Auseinandersetzungen konkretisieren.

Nicht als Kampf um die Produktion, Repräsentation oder Aneignung von Kultur und Bedeutung im Kontext medialer Kommunikation oder in der materialistischen Perspektive Horkheimers' und Adornos' bzw. der normativen Perspektive der Öffentlichkeitstheorie gerät Wandel in Rudolf Stöbers Beitrag *Innovation und Evolution: Wie erklärt sich medialer und kommunikativer Wandel?* in den Blick. Er theoretisiert die in den anderen Beiträgen kaum berücksichtigten Zufälle bzw. wie diese den Wandel von Kommunikation und Medien „evolutionär“ bedingen. Sein Bezugspunkt sind nicht z. B. Machtverhältnisse, sondern die Möglichkeiten medialer Systeme, sich an veränderte Bedingungen anzupassen. Rudolf Stöber geht ausführlicher auf Einwände gegen evolutionäre Erklärungen des Wandels von Medien und Kommunikation ein

und erläutert die Chancen, die sie bieten, am Beispiel historischer Entwicklungen.

Einen weiteren Zugang zur funktionalen Logik der Konzeptualisierung von Kommunikation und Medien entwickelt Andreas Ziemann in seinem Beitrag *Kommunikationstheorie als Gesellschaftstheorie und mediale Konstellationen*. Ausgehend von den zwei grundlegenden Problemstellungen, erstens wie Kommunikation möglich ist und zweitens wie es möglich wird, spezifische Kommunikationen erwartbar zu reproduzieren, wird Luhmanns explizit gesellschaftstheoretisch orientierte Kommunikationstheorie entfaltet. Gezeigt wird, wie in einem solchen Theoriezugang die „Medien“ Sprache, technische Massenmedien und symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien die „soziokulturelle Entwicklung“ und die „gesellschaftliche Komplexitätssteigerung“ bedingen und dabei auch für die „kommunikative Erwartungsstabilisierung, Koordinierungssteigerung und Verständigungsoptimierung“ in der Gesellschaft maßgeblich sind. Deutlich wird so, welche grundlegende Theorieperspektive die Systemtheorie für die Kommunikations- und Medienwissenschaft eröffnet.

Im Beitrag *Perspektiven einer Systemtheorie öffentlicher Kommunikation* entfaltet Alexander Görke diese grundlegende Perspektive weiter. Görke diskutiert Luhmanns „Realität der Massenmedien“ kritisch vor dem Hintergrund von dessen ursprünglich an Folgen für das politische System und öffentlicher Meinung und Öffentlichkeit interessierten Arbeiten, in denen den „Massenmedien“ noch kein Funktionsstatus in der Gesellschaft zuerkannt worden ist. Ausgehend von dieser Kritik entwickelt er eine eigene Konzeptualisierung von Öffentlichkeit als Funktionssystem, das den durch funktionale Differenzierungsprozesse zunehmenden Synchronisationsbedarf von Gesellschaft erfüllt und ihren Leistungssystemen durch deren Beobachtungen der Gesellschaft überraschende Möglichkeiten der Kommunikation eröffnet bzw. zugemutet werden. In dieser Theorieperspektive stellen Journalismus, Unterhaltung, PR und Werbung spezifische Leistungssysteme des Funktionssystems Öffentlichkeit dar.

Nach diesen Rekonstruktionen ausgewählter grundlegender Theorieperspektiven folgen drei Beiträge, die nicht einzelne Theorieperspektiven entfalten, sondern die vielmehr spezifische Theorieperspektiven kontextualisieren. Es wird Thema, wie abstrakte Theorien empirische Forschung orientieren können und welche Probleme sich ergeben, wenn deren Annahmen empirisch überprüft werden (Arnold/Schneider). Weiter werden die Bedeutung spezifischer nationaler Kontexte für die konzeptuelle Auffassungen von Gegenständen und die Entfaltung von Problemen und Fragen zum Thema (Averbeck), sowie zuletzt wissenschaftstheoretische Herausforderungen an die Entwicklung von Kommunikations- und Medientheorien.

In ihrem Beitrag *Interdisziplinärer Theorietransfer in der Kommunikationswissenschaft am Beispiel des sozialen Kapitals* diskutieren Anne-Katrin Arnold und Beate Schneider, wie eine empirische Bestimmung der Bedeutung medial vermittelter Kommunikation für den Aufbau und Erhalt sozialen Kapitals möglich wird. Ausgehend von der Konzeptualisierung sozialen Kapitals durch Pierre Bourdieu und dessen kommunikationsorientierter Differenzierung und Spezifikation durch James Coleman, Robert Putnam und Ronald Burt entwickeln beide ein Modell für die Operationalisierung der Erforschung der Bedeutung der Massenmedien und von Internetkommunikation für den Aufbau sozialen Kapitals. Arnold und Schneider zeigen, wie ein Transfer von Theorie in ein Modell für empirische Forschung und die Diskussion der Prämissen des Modells und der Forschungsergebnisse möglich werden, wenn eine konzeptuelle Perspektive nicht nur entwickelt oder kritisiert, sondern auch operationalisiert wird.

Stefanie Averbeck rekonstruiert in ihrem Beitrag *Über Spezifika „nationaler Theoriediskurse“: Kommunikationswissenschaft in Frankreich* wieder andere Bedingungen von und für Theorie. Sie veranschaulicht wie sich die französische Kommunikations- und Medienwissenschaft von der deutschen aufgrund verschiedener Tradition unterscheidet und wie sehr diese den Fachkontext – in Frankreich die Geisteswissenschaften und in Deutschland die Sozialwissenschaften – und seine maßgeblichen Theorien und ihre Diskussion geprägt haben. Ausgehend sowohl von der Konzeptualisierung von Kommunikation wie der Qualität und Quantität von Metareflexionen in den Fächern wird die Bedeutung institutioneller Rahmen der Kommunikationswissenschaft für die Entwicklung ihrer Theoriebildung auch konkret am Beispiel der Herkunft zentraler Personen rekonstruiert. Averbeck zeigt, wie jeweils Kooperationen und die Entwicklung von Forschungsperspektiven die Entwicklung der Theorie prägt, die trotz großer Ähnlichkeiten in der Orientierung etwa an Lazarsfeld und den USA ganz anders als in Deutschland verlief.

Der Beitrag *Kommunikations-Kommunikationswissenschaft: Wissenschaftstheoretische Anmerkungen zur Theoriediskussion in den Kommunikationswissenschaften* von Matthias Karmasin erläutert die Notwendigkeit der theoretischen Selbstreflexion als einer zentralen und notwendigen Aufgabe der Wissenschaft. Ausgehend von der Geschichte von Publizistik- und Medienwissenschaft und dem Oszillieren zwischen verschiedenen Auffassungen vom methodologischen Status, vom Objektbereich, vom Methodenset und auch vom Modell von Interdisziplinarität, erläutert er, wie und warum die theoretische Selbstreflexion heute den gesamten Kontext berücksichtigen muss, in dem sich Erkenntnis und Wissenschaft abspielen, und in dem, wie Karmasin argumentiert, Pluralität heute der Imperativ ist. Wissenschaft ist ein Spiegel der Gesellschaft, in der sich die Pluralität divergenter Erklärungsmodelle im Alltag wie in der Wissenschaft

in gleichem Maß bewährt hat. Das macht es wünschenswert, dass Raum für die Reflexion verschiedener konzeptueller Leistungen vorhanden ist, der offen und unabgeschlossen ist. Karmasin bereitet mit seiner Öffnung der Bedingungen von und für Kommunikations- und Medientheorie so den Raum für die Beiträge des zweiten Teils, in dem neue Forschungsfelder und Theorieentwicklungen vorgestellt werden.

4 Die Beiträge des zweiten Teils im Überblick

Christoph Neuberger thematisiert in seinem Beitrag *Neue Medien als Herausforderung für die Journalismustheorie* eben diese neuen Medien als Anlass für einen *Paradigmenwechsel in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation*. Sein Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Theorien, Modelle und Begriffe der Wissenschaften durch den status quo der Entwicklung der Medien geprägt sind, das heißt dass in der Kommunikations- und Medienwissenschaft Theorien „den bislang dominierenden Massenmedien konzeptuell verhaftet“ sind, da diese ja notwendig in der Auseinandersetzung mit ihnen entwickelt wurden. In diesem Zusammenhang diskutiert er, wie Journalismusforschung im Kontext der digitalen Netzwerkmedien möglicherweise neu und anders zu betreiben ist und wie Theorien künftig zu verändern und entwickeln sind. Christoph Neuberger rekonstruiert ausgehend von neuen und dem bekannten Journalismus funktional äquivalenten Leistungen und neuen Rollen in der öffentlichen Kommunikation einen „Paradigmenwechsel in der Vermittlung öffentlicher Kommunikation“. Er belegt diesen ausführlich durch neue Vermittlungsakteure, -strukturen und -leistungen von und für öffentliche Kommunikation und macht Vorschläge für die Öffnung der Journalismusforschung zur Öffentlichkeits- und Rezipientenforschung, zur Medientheorie und zur Geschichte der Vermittlung öffentlicher Kommunikation, um sowohl zu spezifischeren Definitionen wie abstrakteren Konzepten von Journalismus zu gelangen.

Einen weiteren Vorschlag für eine solche „neue“ Konzeptualisierung des Journalismus bietet Margreth Lünenborg in ihrem Artikel *Journalismus in der Mediengesellschaft – Plädoyer für eine integrative Journalistik*. Sie entwickelt aus ähnlichen Gründen wie denen, die für Neuberger einen Paradigmenwechsel der Journalismusforschung notwendig erscheinen lassen, Kultur als das neue Paradigma, „mittels dessen sich Journalismus in seiner aktuellen Bedeutung für die Gesellschaft verstehen lässt.“ Anknüpfend an das Kulturverständnis der Cultural Studies, wo anders als in der von ihr rekonstruierten kulturwissenschaftlichen Tradition der deutschen Journalismusforschung nicht nur außergewöhnli-

che, sondern vielmehr vor allem gewöhnliche alltägliche Praktiken in ihrem Zusammenhang mit umfassenden Lebensweisen als komplexer Prozesszusammenhang als Kultur gelten, skizziert sie ein Verständnis von Journalismus als Kulturleistung, die die Teilhabe an der Mediengesellschaft im Prozess der Produktion und der Rezeption von journalistischen Angeboten ermöglicht. Als normativer Rahmen fungiert ein Konzept des „Cultural Citizenship“, mit dem sich die medial geprägten Formen der „Teilhabe an Gesellschaft“ identifizieren, unterscheiden und auch zu weitergehenden Sinnstrukturen in Beziehung setzen lassen. Gerade bei der dabei vollzogenen explizit handlungstheoretischen Fundierung der Konzeptualisierung von Genre wird die Bedeutung medialer Kommunikation als Vermittlung zu einem Thema.

Die Grenzen und Möglichkeiten medialer Vermittlung sind auch das Thema von Oliver Zöllners Artikel *Zugehörigkeit und Teilhabe von Migranten in der Mediengesellschaft: Neue Fernsehkanäle und die alte Aufgabe der Integration*. Zöllner setzt nicht beim Medium an oder bei dessen Machern, sondern bei den gesellschaftlichen Verhältnissen, die global zunehmend mehr Migranten quasi produzieren. Zöllner problematisiert die damit verbundenen Probleme in den üblicherweise unterschiedenen Prozessen und Ebenen von medialer Kommunikation in Gesellschaft, die oft als solche der bloßen Teilhabe unterschätzt werden, obwohl inzwischen alle maßgeblichen Integrationskonzepte die Notwendigkeit auch der aktiven Gestaltung auf den unterschiedlichen Ebenen der Medienkommunikation empirisch plausibel fordern. Seine Konzeptualisierung liefert Perspektiven, die künftig in dem umfassenderen Rahmen des Konzepts der „Cultural Citizenship“ berücksichtigt werden sollte, das bereits im Beitrag von Margreth Lünenborg als Theoretisierungsansatz aufgegriffen wurde.

Die Möglichkeiten des Fernsehens, Menschen gesellschaftliche Teilhabe und Zugehörigkeit zu erlauben, macht der Beitrag *Krisen als Medienereignisse: Zur Ritualisierung mediatisierter Kommunikation im Fernsehen* von Stephan Alexander Weichert noch einmal verständlicher. Das Fernsehen, so zeigt Weichert mit Verweis auf die entsprechende Literatur, ist heute der Bezugspunkt für Orientierungshandeln in Krisen geworden. Dessen „Schlüsselfunktionen“ sieht er darin, dass das Fernsehen in seinen Medienritualen „auf den Erhalt von Gesellschaft abhebt“ oder zumindest letztere im Medienritual als solche inszeniert. Medienkommunikation ist entsprechend eng mit geteilten Ritualen in Verbindung zu bringen, deren Bedeutung sich vor allem in den Zeiten gesellschaftlicher Krisen und Unsicherheit zeigt. Sie verdeutlichen, wie sehr die Fernsehpraxis Krisen und Orientierungssuche „strukturell erwartet“ und deshalb auch spezifische Rituale für den Umgang mit ihnen entwickelt hat, sodass es heute durchaus berechtigt ist, Gesellschaften als Fernsehgesellschaften zu attribuieren.

Patrick Donges entwickelt Medien- und Kommunikationstheorie in seinem Beitrag *Medien als Strukturen und Akteure: Kommunikationswissenschaftliche Theoriediskussion zwischen System- und Handlungstheorie* ausgehend von Ulrich Saxers bekannter Mediendefinition. Diese konzeptualisiert Medien als „komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“. Über eine Reformulierung dieser Konzeption gelangt Donges zu einer stärkeren Berücksichtigung der Akteure, bei der er sich an Uwe Schimanks Modell der Akteur-Struktur-Dynamiken orientiert, bevor er Medien als System, als Institutionen und als Akteure diskutiert. Eine explizite Berücksichtigung von Akteuren erscheint möglich, wenn das Konzept des Kommunikationssystems wieder durch das von Systemen als Handlungszusammenhängen ersetzt wird. Das erlaubt es, die konkreten Differenzierungs- und Entdifferenzierungspolitiken von Akteuren zu berücksichtigen, was es in der Folge dann erlaubt, Analysen auf der Mesoebene, Mikro- und Makroebene miteinander zu verbinden.

Diese konkreten Differenzierungs- und Entdifferenzierungsdynamiken und deren Bedeutung für Strukturen im Hinblick auf Öffentlichkeiten sind der Gegenstand des Beitrags *Produktion und Reproduktion von Öffentlichkeit. Über die Möglichkeiten die Strukturationstheorie von Anthony Giddens für die Kommunikationswissenschaft nutzbar zu machen* von Franzisca Weder. Sie diskutiert, wie Akteure heute in der Mediengesellschaft unter den Bedingungen immer komplexerer Verflechtungen von globaler Vernetzung von Kommunikation überhaupt noch Öffentlichkeit herstellen sollen und können. Mit Anthony Giddens Strukturationstheorie zeigt sie dann, wie Öffentlichkeit komplementär einerseits als „constrains“ und andererseits als „Möglichkeitsbedingung“, das heißt als Handlungsrahmen und Handlungsbedingung differenziert und spezifiziert werden kann. Handlungen werden so als Veränderungen im Rahmen von bestehenden hin zu vorgestellten Strukturen diskutierbar.

Johannes Raabe diskutiert in seinem Beitrag *Kommunikation und soziale Praxis: Chancen einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationstheorie und -forschung* Grundzüge und Möglichkeiten der Theorien sozialer Praxis sozusagen zwischen Theorien, die entweder von Individuen oder von gesellschaftlichen Strukturen ausgehen – und entwickelte genau von dieser Ausgangssituation aus ihre Stärken für die empirische Analyse von Kommunikation in seinen verschiedensten Formen als Prozess. Erläutert werden das Verständnis von Praxis und sozialen Praktiken, die Betonung und Bedeutung der Materialität von Praktiken, ihre jeweilige Kulturbedingtheit und -bedeutung von Praxis als Zusammenhang von Handeln und Wissen und von Praxis als Spannungsfeld von Routine und Kreativität. Vor diesem Hintergrund wird auf die allgemeine Reflexivität von Praxistheorie bzw. praxistheoretisch orientierter Forschung einge-

gangen, bevor er Kommunikation als soziale Praxis reflektiert und dabei bekannte theoretische Modellierungen von Kommunikation wie insbesondere zu triviale Konzepte von Kommunikation als Vermittlung problematisiert und zeigt, wie praxistheoretische Konzepte über den Gegenstandsbereich der klassischen Nutzungskonzepte hinausreichen können.

Udo Göttlich setzt in seinem Beitrag *Zur Kreativität des Handelns in der Medienaneignung: Handlungs- und praxistheoretische Aspekte als Herausforderung der Rezeptionsforschung* bei der Klärung der theoretischen Voraussetzungen von Medienrezeption und Medienutzung als aktiven Aneignungsprozessen an. Es wird eine „Entwicklung zur handlungstheoretischen Wende in der Rezeptionsforschung“ rekonstruiert, die Göttlich mit der Umorientierung der Forschung von der Frage „What do the media do to people“ zu der Frage „What do the people do with the media“ anspricht. In den Fokus rückt dabei die Klärung der Kreativität des Handelns, die zuerst von den Cultural Studies hervorgehoben wurde und später stärker im Hinblick auf Routinen und Widerstände gegen diese kontextualisiert und dabei versachlicht wurde. Eine solche Diskussion dient als Basis, um Kreativität stärker in den Zusammenhang mit Rezeptionsmodalitäten und -voraussetzungen zu bringen. Vor diesem konzeptuell entfaltenen Verständnis von situierter Kreativität wird das Potenzial jedes Umgangs mit Medien als „Freisetzung für neue Handlungen“ sichtbar, und mit ihm eine konzeptuelle Möglichkeit, bestehende Engführungen der Konzeptualisierung von Medienaneignung zu überwinden.

Eine wieder andere Perspektive auf Medienaneignung entwickelt Maren Hartmann in ihrem Beitrag *Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines Medienaneignungskonzeptes*. Im Vordergrund ihrer Perspektive steht nicht eine bestimmte Praktik oder ihr kreatives Potenzial, sondern der Prozess, in dem Medientechnologien bzw. deren Inhalte domestiziert – das heißt in der Alltagswelt „gebändigt“ – werden. Innerhalb des Artikels wird dabei das ursprünglich auf die häusliche Aneignung von Medien wie Fernsehen oder Radio entwickelte Konzept erweitert zu einem Ansatz der Analyse digitaler und zunehmend auch mobiler Medien. Domestizierung findet in einem solchen Verständnis nicht einfach „zu Hause“ statt, sondern in verschiedenen lokalen Kontexten der Medienaneignung. Entsprechend wird der Domestizierungsansatz in einer allgemeinen Theorie der Medienaneignung mit Fokus auf digitale Medien integriert.

In seinem abschließenden Beitrag *Medienentwicklung als Bezugspunkt für die Erforschung von öffentlicher Kommunikation und Gesellschaft im Wandel* zeigt Carsten Winter, wie der „Wandel der Medien“ als Entwicklung der Medien im Zusammenhang mit der Entwicklung ihrer Produktion, Allokation, Rezeption und Nutzung empirisch systematisch konzeptualisiert werden kann. Mit der Konzeptualisierung wird der Wandel von öffentlicher Kommunikation

und Gesellschaft als ein komplexer und oft widersprüchlicher Zusammenhang verschiedener aktiv auf Medien gerichteter Handlungen bewusst in Abgrenzung zu bestehenden Konzepten von Wandel verstehbar gemacht, in denen diese verschiedenen Weisen des Umgangs mit den Medien weder in ihrer Verschiedenartigkeit noch in ihrer komplexen medialen Verbundenheit verständlich werden.

Beide Teile der hiermit vorgelegten *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft* sollen mit ihrer Fokussierung auf verschiedene Forschungsfelder und die mit diesen verbundenen Theorieentwicklungen – so zumindest unsere Hoffnung – gemeinsam mit den Beiträgen des ersten Teils „Grundlegende Theorien“ die Vielfalt der aktuellen Theoriediskussionen in der Kommunikations- und Medienwissenschaft greifbarer machen. Es wäre zu wünschen, dass die vorgestellten Beiträge zu wechselseitiger Ergänzung, Kritik und Reflexion einladen.

Der vorliegende Band wäre nicht ohne die Unterstützung einer Vielzahl von Personen möglich gewesen, denen wir danken möchten. Dies sind zuerst die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der beiden 2004 an der Universität Erfurt und 2005 an der Universität Bremen von der DGPK-Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation durchgeführten Tagungen, die ihre Überlegungen nach den zum Teil für DGPK-Tagungen ungewohnt lebendigen und gelegentlich kontroversen Diskussionen weiter entwickelt und aufgeschrieben haben, sowie den (wenigen) Autoren, die noch hinzugekommen sind. Danken möchten wir als Herausgeber weiter dem Verlag für Sozialwissenschaften und dort vor allem Barbara Emig-Roller für eine intensive Betreuung des Publikationsprojekts und die Möglichkeit, dieses in die Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ aufzunehmen. Danken möchte wir für ihre Hilfe bei der Realisierung der beiden Tagungen wie des Bandes außerdem Marco Höhn für die umfassende Unterstützung der Tagungsorganisation, Matthias Berg für die Erstellung verschiedener Grafiken sowie Mareike Mika und vor allem Sandra Weber für den Satz und das sorgfältige Korrekturlesen der Beiträge.

Literatur

- Bonfadelli, H./Rathgeb, J. (Hrsg.) (1997): Publizistikwissenschaftliche Basistheorien und ihre Praxistauglichkeit. Zürich.
- Burkart, R. (1997): Publizistikwissenschaftliche Basistheorien: Eine Annäherung aus drei Perspektiven. In: Bonfadelli, H./Rathgeb, J. (Hrsg.): Publizistikwissenschaftliche Basistheorien und ihre Praxistauglichkeit. Zürich: S. 51-66.

- Hepp, A. (2004): Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung. [Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“]. Wiesbaden: VS.
- Krotz, F. (2005): Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung. Köln.
- Krotz, F. (2007): Kommunikationswissenschaft. In: Brenner, P.J./Reinalter, Mittelstraß (Hrsg.): Enzyklopädie der Geisteswissenschaften. im Druck.
- Kuhn, T.S. (1978): Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. Frankfurt a. M.
- Lasswell, H. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, L. (Hrsg.): The Communication of Ideas. New York: Cooper Square, S. 32-51.
- McQuail, D. (2005): McQuail's Mass Communication Theory. Fifth Edition. New Delhi u. a.
- Merton, R.K. (1988/1973): Entwicklung und Wandel von Forschungsinteressen. Sonderausgabe. Aufsätze zur Wissenschaftssoziologie. Frankfurt a. M.
- Münch, R. (2004): Soziologische Theorie. Band 3: Gesellschaftstheorie. Frankfurt a. M.
- Parsons, T. (1976): Zur Theorie sozialer Systeme. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sandbothe, M. (2000): Die Renaissance des Pragmatismus. Aktuelle Verflechtungen zwischen analytischer und kontinentaler Philosophie. Weilerswist.
- Silverstone, R. (2007): Anatomie der Massenmedien. Ein Manifest. Frankfurt a. M.
- Urry, J. (2003): Global Complexity. Cambridge.

Teil 1: Grundlegende Diskussionen

Handlungstheorien und Symbolischer Interaktionismus als Grundlage kommunikationswissenschaftlicher Forschung

Friedrich Krotz

1 Einführung und Zielsetzung

Der Mensch erfährt Kommunikation zu allererst als Handeln in Bezug auf andere Menschen und damit als situative oder übergreifende Beziehung zu ihnen. Damit ist in jeder Kommunikationssituation immer auch die eigene Präsenz und Identität gefragt, und jede Verständigung wird als eigene Leistung und Anerkennung erlebt. Wenn jemand also von Kommunikation zwischen Kulturen oder sozialen Gruppen, Systemen oder anderen Aggregaten oder Abstrakta spricht, so ist damit immer gemeint, dass Menschen miteinander kommunizieren – jetzt aber in Bezug auf spezifische Gruppenidentitäten und -werte, vor einer spezifischen Kultur und ihrer besonderen Ausprägung oder im Hinblick auf organisierte Zielsetzungen bzw. in Orientierung an institutionellen Mustern. Auf der Ebene des Erfahrens und Erlebens des einzelnen Menschen ändert sich dabei aber nichts – das ist eine der konstitutiven Grundannahmen einer handlungstheoretisch begründeten Kommunikationswissenschaft.

Das heißt natürlich nicht, dass Kommunikation deshalb etwas nur Individuelles ist oder gar jenseits kultureller und gesellschaftlicher Rahmenbedingungen stattfindet. Insofern es dabei um Zeichen und um Bedeutung von Zeichen geht, funktioniert Kommunikation gerade erst dadurch, dass die verwendeten Zeichen, etwa Worte, bekannt und die damit verbundenen Bedeutungen sozial geteilt sind, wenn der Sinn des Gesagten auch nicht allein dadurch bestimmt ist. Kommunikation als individuelles Handeln ist kulturell und gesellschaftlich strukturiert und institutionalisiert, vielleicht sogar sehr viel mehr, als wir uns das gemeinhin vorstellen, wenn wir von vereinfachenden Kommunikationsmodellen wie „Informationstransport“ ausgehen.

Kommunizieren ist also zu allererst ein auf andere Menschen bezogenes und damit soziales Handeln. Dementsprechend sind Handlungstheorien in der Kommunikationswissenschaft von fundamentaler Bedeutung, weil Handeln deshalb für die kulturellen und sozialen Wirklichkeiten und deren Entstehungs- und Entwicklungsprozesse konstitutiv ist. Von diesen Grundannahmen aus verfolgt der vorliegende Text drei Ziele. Er gibt einmal einen Überblick über sozialwissenschaftliche Handlungstheorien in der Perspektive der Kommunikationswissenschaft. Das zeigt zweitens, dass die Kommunikationswissenschaft das, was Handlungstheorien leisten könnten, nicht ausschöpft, sondern voreilig beschränkt. Das werden wir am Beispiel des Symbolischen Interaktionismus deutlich machen. Drittens werden wir der Frage nachgehen, welches Potenzial in den Handlungstheorien angelegt ist, wenn man die derzeitige rapide Entwicklung des Gegenstandsbereichs der Kommunikationswissenschaft, also den medialen und kommunikativen Wandel durch Digitalisierung und Computer und die damit einhergehende Mediatisierung konzeptionell fassen will.

Dementsprechend werden im folgenden zweiten Absatz des vorliegenden Textes¹ zunächst Handlungstheorien von anderen sozialwissenschaftlichen Theorien abgegrenzt. Im dritten Abschnitt werden alle Handlungstheorien dann in zwei Typen unterteilt. Dabei dient als Unterscheidungskriterium, ob die jeweilige Handlungstheorie davon ausgeht, dass Handeln letztlich nur in Bezug auf Konzepte wie Sinn und Bedeutung verstanden werden kann – wir sprechen dann meistens von (*sozialem*) *Handeln* – oder nicht. Im vierten Abschnitt werden derartige Theorien sozialen Handelns genauer umrissen. Der fünfte Abschnitt skizziert dann beispielhaft, was das besondere des Symbolischen Interaktionismus für die Kommunikationswissenschaft sein kann. Schließlich wird im sechsten Abschnitt in Bezug auf die derzeitigen medialen Wandlungsprozesse und den in dieser Hinsicht integrierenden Metaprozess der Mediatisierung herausgearbeitet, warum Handlungstheorien gerade heute von zentraler Bedeutung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft sind.

2 Handlungstheorien

Sozialwissenschaftliche Theorien lassen sich ganz allgemein als aufeinander bezogene Aussagenzusammenhänge begreifen. Als *Handlungstheorien* werden derartige Theorien dann bezeichnet, wenn sie von kulturell und gesellschaftlich geprägtem, individuellem Handeln als einer Grundkategorie der Sozialwissenschaft ausgehen, wobei diese Grundkategorie sich empirisch nicht weiter rechtfertigen muss, sondern gesetzt ist. Erleben, Denken und insbesondere Kom-

munizieren gelten dann als besondere Formen eines so verstandenen allgemeinen (sozialen) Handelns.

Diese Handlungsorientierung bedeutet aber natürlich nicht, dass man Handeln und dessen Konsequenzen nicht empirisch untersuchen kann oder soll. Vielmehr rechtfertigt sich jede Sozialwissenschaft über empirische Untersuchungen. Jedoch beruht jede Theorie immer auch implizit oder explizit auf grundlegenden, gesetzten Annahmen, die nicht verleugnet werden können, sondern reflektiert werden müssen (Krotz 2005).

Sozialwissenschaftliche Theorien, die keine Handlungstheorien sind, lassen sich etwa in *Gesellschaftstheorien* und *Systemtheorien* unterscheiden. Gesellschaftstheorien gehen von einer Eigenständigkeit übergeordneter sozialer Phänomene wie eben der Gesellschaft oder etwas Vergleichbarem aus. Systemtheorien stellen ein abstraktes funktionales Prinzip, nämlich das Konzept des Systems, in den Mittelpunkt und versuchen, soziales Geschehen von daher zu beschreiben und zu analysieren. Natürlich gibt es auch im Rahmen von Gesellschafts- und Systemtheorien Aussagen darüber, warum und wie Menschen handeln und kommunizieren; sie leiten diese aber aus den jeweils unterstellten Basisannahmen ab. Dadurch verlieren sie die fundamentale Bedeutung des Individuums für Kommunikation aus dem Auge.

3 Arten von Handlungstheorien und ihre kommunikationswissenschaftliche Relevanz

Das Feld der Handlungstheorien ist nur schwer einheitlich beschreibbar. Nach Lütke kann man z. B. wahrnehmungs- und motivationspsychologische, lerntheoretische, interaktionistische, entscheidungs- und rollentheoretische Handlungstheorien voneinander unterscheiden (Lütke 1978: 269). Felsch und Küpper (1998) dagegen unterteilen Handlungstheorien danach, ob sie rational oder normativ sind: Zu den ersteren lässt sich zum Beispiel das Konzept des ‚homo oeconomicus‘ rechnen, das auf Austauschtheorien und Nutzenoptimierung und damit auf Theorien beruht, die Handeln auf das Wählen zwischen Alternativen reduzieren. Ein Beispiel für normative Handlungstheorien liegt mit der Vorstellung eines ‚homo sociologicus‘ und damit beispielsweise mit dem Werk des Strukturfunktionalisten Talcott Parsons vor, der Gesellschaft primär als durch normenbezogenes Handeln konstituiert versteht. Neben diesen Einteilungen gibt es weitere.

Hier sollen Handlungstheorien auf der Basis einer zentralen Grundannahme in *zwei Grundtypen* unterschieden werden: Wird Handeln bzw. Kommunizieren

so definiert, dass es durch Beobachtung von einem unabhängigen Beobachter in seinem Wesen beschrieben werden kann, oder wird davon ausgegangen, dass jedes Handeln immer auch durch innere Prozesse der handelnden Menschen konstituiert wird, von denen nicht abgesehen werden kann?² *Zum ersten Typus gehören sowohl verhaltensbezogene Handlungstheorien als auch solche, die Handeln als Wählen verstehen.* Verhaltenstheoretische Handlungstheorien begreifen den Menschen bekanntlich als eine Art schwarzen Kasten, der auf der Basis von äußeren Reizen reagiert. Handlungstheorien, die Handeln auf das Wählen zwischen vorgegebenen Alternativen reduzieren, beschäftigen sich ebenfalls nicht weiter mit inneren Prozessen der Menschen und Bedeutungskonstruktionen, sondern verwenden beispielsweise das Konstrukt des Motivs bzw. des Bedürfnisses, um Entscheidungen am Individuum festzumachen.

Denis McQuail (1994) unterscheidet nun vier paradigmatische Arten eines Verständnisses von Kommunikation, über die sich Kommunikationswissenschaft strukturiert. Die beiden folgenden fallen unter den eben umrissenen ersten Typus von Handlungstheorien:

- Das Verständnis kommunikativen Handelns als *Zuwendung von Aufmerksamkeit*, eine Vorstellung, wie sie die Werbeforschung gerne benutzt, weil Werbung ja Aufmerksamkeit erregen soll. Im Aufmerksamkeitsparadigma wird kommunikatives Handeln zu reaktivem Verhalten in Bezug auf Reize, das sich von anderem reaktiven Verhalten nicht wesentlich unterscheidet.
- Das Verständnis von Kommunikation als *Informationstransport*, der mittels Medien zwischen Menschen oder zwischen Mensch und Medium stattfindet. Darauf beziehen sich beispielsweise Theorien, die Handeln auf Wählen zwischen vorgegebenen Alternativen reduzieren (z. B. Jäckel 1996). Insbesondere der in der Kommunikationswissenschaft prominente Uses-and-Gratifications-Ansatz (Rubin 1994) ist eng mit diesem Kommunikationsverständnis verbunden: Hier werden für den Kommunikationsprozess externe, in konkreten Situationen bereits vorab vorhandene Motive überwiegend psychologischer Art mit Auswahlentscheidungen in Bezug gesetzt.

In beiden von McQuail unterschiedenen Ansätzen sind weder die antizipierenden Aktivitäten des Kommunikators bei der Herstellung eines Kommunikats noch der Verstehensprozess des Zuhörers ein Teil des Kommunikationsprozesses. Hieran orientierte Medienforschung setzt deshalb nach der Erklärung der Nutzungsentscheidung erst wieder mit der Überprüfung von Veränderungen ein, die als „Wirkung“ interpretiert werden, so zum Beispiel im Uses-and-Gratifications-Ansatz (Rubin 1994).

Demgegenüber geht der zweite, oben eingeführte Typus von Handlungstheorien davon aus, dass Handeln, Erleben, Denken und Kommunizieren der Menschen nur zustande kommen, weil Menschen mit auf inneren Prozessen basierenden Konzepten wie Sinn und Bedeutung operieren. Eine wesentliche und immer wieder zitierte Version dieses Verständnisses von (sozialem) Handeln findet sich in den Arbeiten von Max Weber, einem der „Klassiker“ der Soziologie und auch der Kommunikationswissenschaft. Für ihn war Soziologie die Wissenschaft,

„welche soziales Handeln deutend verstehen und dadurch in seinem Ablauf und seinen Wirkungen ursächlich erklären will. ‚Handeln‘ soll dabei ein menschliches Verhalten (einerlei, ob äußeres oder innerliches Tun, Unterlassen oder Dulden) heißen, wenn und insofern als der oder die Handelnden mit ihm einen subjektiven Sinn verbinden. ‚Soziales Handeln‘ aber soll ein solches Handeln heißen, welches seinen von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist“ (Weber 1978: 9).

Hier wird Handeln als Grundkategorie der Sozialwissenschaft entworfen, die auf Sinn und Bedeutung beruht und vom Handelnden konstituiert wird.

Ein eindrückliches Beispiel für ein derartiges Verständnis von sozialem Handeln ist die Teilnahme an einem Fußballspiel. Daran wird deutlich, dass Handeln in einem sozialen Kontext und in Bezug auf andere stattfindet und dass jedes beteiligte Individuum sowohl Freund wie Gegner empathisch begleiten muss um antizipieren zu können, was wie weiter geschieht, das heißt wie der andere handeln wird. Will man derartiges soziales Handeln in seinem Zustandekommen wissenschaftlich begreifen, so kann man sich also nicht darauf beschränken, es zu beobachten. Die Arbeiten des Begründers des Symbolischen Interaktionismus, George Herbert Mead (1969, 1973), sowie von Jürgen Habermas (1987) knüpfen an einem derartigen Handlungsbegriff an, ebenso wie die beiden übrigen, von McQuail (1994) beschriebenen Paradigmen der Kommunikationswissenschaft:

- Im so genannten rezeptionsbezogenen Paradigma wird Kommunizieren primär durch das Verstehen definiert, ohne das von Kommunikation nicht die Rede sein kann. Verstehen heißt dabei, anschaulich gesprochen, dass der Rezipient Inhalte von Kommunikation mit seinen eigenen Vorstellungen und Gedanken zusammen bringt.
- Im so genannten rituellen Paradigma ist Kommunikation die Herstellung von Gemeinschaft, der man sich zuordnet, indem man sich an Kommunikation beteiligt – dabei steht im Vordergrund, dass die Menschen durch ihr kommunikatives Handeln zum Teil der Gemeinschaft werden, auf die sie sich in diesem Handeln beziehen, wobei es weniger wichtig ist, worüber sie