

Detlef Pieper

Hanno Scholz: Mediensoziologie: Eine systematische Einführung

2021

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16314>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pieper, Detlef: Hanno Scholz: Mediensoziologie: Eine systematische Einführung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 38 (2021), Nr. 2, S. 155–157. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16314>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Hanno Scholtz: Mediensoziologie: Eine systematische Einführung
Wiesbaden: Springer VS 2020, 330 S., ISBN 9783658260101, EUR 27,99

Der Autor ist seit mehreren Jahren Lehrbeauftragter für Mediensoziologie am Departement für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung an der Universität Fribourg (Schweiz) und hat nun die aktuell überarbeitete Fassung von Vorlesungsskripten seiner

gleich betitelten Lehrveranstaltung vorgelegt. Medien werden hier betrachtet „als Produzenten abgeleiteter Wahrnehmungen“. Ein Einführungstext in die Mediensoziologie muss, so Scholtz weiter, „sich a) die Akteure anschauen, die da wahrnehmen, b) die soziale Rea-

lität erfassen, von der Wahrnehmungen abgeleitet sind, und c) anschauen, welche Produktionsprozesse es gibt und wie diese sich auswirken“ (S.11).

Die Struktur des Buches folgt dabei der Didaktik des auf ein Studiensemester angelegten Kurses. Gegliedert in 14 Kapitel (entsprechend der Anzahl von Vorlesungsterminen) werden in dieser Einführung drei Schwerpunkte abgehandelt: „Medien und Akteure“ (S.19-112), „Die Realität der Medien“ (S.113-221) und „Mediale Produktion“ (S.223-308).

Die Inhalte einzelner Kapitel werden durch etwa 50 Tabellen sowie insgesamt 14 schwarz-weiße und 9 Farbabbildungen weiter veranschaulicht und zudem durch „Kontrollfragen“ (des Autors) ergänzt - die jeweiligen „Lösungen“ (S.309-330) bilden zusammen mit knappen „Hinweisen“ für (andere) Lehrende den Schlussteil des Buches. Jedes Kapitel, also eher jede Lehreinheit, ist mit einer gesonderten Bibliographie versehen, meist noch unterteilt in „Zentrale Referenzen“ (i.d.R. die im vorangehenden Text zitierte Literatur), „Beispiele mediensoziologischer Studien“, „Lehrbücher“ und „Weitere Referenzen“. Dafür haben Autor und/oder Verlag jedoch bedauerlicherweise auf eine umfassende bibliographische Erschließung für dieses gleichwohl als „systematische Einführung“ (s. Titel) in ein wissenschaftliches Fachgebiet deklarierte Werk verzichtet. Die Stückelung mag aber bewusst erfolgt sein: Zu offensichtlich wäre wohl ansonsten, dass der Scholtz'sche Vermittlungsversuch ganz wesentlich auf einem Datensatz

von rund 9600 Artikeln beruht, die „mittels einiger mediensoziologischer Suchbegriffe... aus dem *Web of Knowledge* gewonnen wurden“ (S.3, siehe auch <https://bit.ly/3sKMuln>).

Ein durch bibliometrische Methoden ermittelter aktueller (Februar 2018) fachlicher Diskussionsstand (Scholtz spricht hier von „Debatten“, S.13, vgl. auch Abb. S.14f.) aufgrund einer auch retrospektiv angelegten Datenbankrecherche birgt natürlich seine Tücken. Weder eine zeitliche Eingrenzung noch ein regionaler Bezug sind eindeutig nachvollziehbar, vielmehr erscheint die Darstellung insgesamt eher durch die Berücksichtigung anglophoner Veröffentlichungen bestimmt zu sein, aber auch dies nur partiell, etliche deutschsprachige Publikationen fehlen zudem schlicht ganz. So habe ich weder, pars pro toto, die wegweisende Untersuchung J. Meyrowitz' *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior* (1985, bereits 1987 ins Deutsche übersetzt als *Die Fernsehgesellschaft*) wenigstens erwähnt gefunden (der immerhin erstmals umfassend den Einfluss elektronischer Medien auf soziale Verhaltensweisen, deren Darstellung in denselben sowie die Bedeutung der Massenkommunikationsmedien als Mechanismen sozialen Wandels untersucht hat) noch beispielsweise H. Holzers *Kommunikationssoziologie* (1973) und seine Ausführungen zur „Gesellschaftlichen Kommunikation als Bedingung soziologischer Arbeit“ (ebd., S.11ff.) als dezidierte Ausformung einer Kritischen Theorie der Massenkommunikation. Auch H.M. Enzensbergers *Baukasten*

zu einer *Theorie der Medien* (1970/1997) – durchaus auch heute noch wegweisend mit seiner Utopie vom emanzipatorischen Medienumgang auch und gerade unter den Bedingungen der zunehmenden Internet-Nutzung – fand Scholtz nicht der Erwähnung (etwa als weitere 'Referenz') wert. Noch spätere Veröffentlichungen aus dem deutschen Sprachraum zur medienvermittelten öffentlichen Kommunikation, so die Studie *Leitmedium Internet?* (Hamburg: Hans-Bredow-Institut, 2013), sind in Scholtz' Recherche nicht präsent, Hinweise auf aktuelle Publikationen etwa zur Medienökologie fehlen ebenso.

Diese "Einführung" in die Mediensoziologie zielt gleichwohl darauf ab, „Studierende zu befähigen, auf Konzepte der Soziologie der Medien für ihre praktische Forschung zuzugrei-

fen“, so nachzulesen (vgl. <https://www3.unifr.ch/timetable/de/vorlesungsbeschreibung.html?show=92784>) in den Informationen der Universität Fribourg – das Werk mag daher für Studierende des dortigen Bachelor-Studiengangs im (Teil-) Fach (Medien-) Soziologie durchaus eine ausreichende Handreichung darstellen. Andernorts werden Leser_innen, gerade als Studierende, auch noch auf andere Einführungen zugreifen müssen – oder die vorliegende durch Eigenstudien ergänzen und sie mit grundlegenden sozial-, und kommunikations- oder rechtswissenschaftlichen Perspektiven sowie weiteren Ansätzen, etwa aus Ökonomie und Pädagogik, kombinieren müssen.

Detlef Pieper (Berlin)