

Alfred Smudits

## Klaus Neumann-Braun, Stefan Müller-Doohm (Hg.): Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien

2001

<https://doi.org/10.17192/ep2001.3.2435>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Smudits, Alfred: Klaus Neumann-Braun, Stefan Müller-Doohm (Hg.): Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 18 (2001), Nr. 3, S. 299–302. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2001.3.2435>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Klaus Neumann-Braun, Stefan Müller-Doohm (Hg.):  
Medien- und Kommunikationssoziologie.  
Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien**

Weinheim, München: Juventa Verlag 2000 (Grundlagentexte Soziologie, hg. von Klaus Hurrelmann), 222 S., ISBN 3-7799-1461-1, DM 29,80

Eine Einführung in ein wissenschaftliches Fach – noch dazu eine solche, die auch als Lehrbuch konzipiert ist – wird natürlich u. a. auch danach zu beurteilen sein, ob und wie weit es gelungen ist, tatsächlich einen Überblick über die ganze Bandbreite der in Frage stehenden Disziplin herzustellen und weiter, ob das Buch für ‚Anfänger‘ lesbar, also nicht überfordernd ist ohne gleichzeitig ins Banale zu driften. Kommt dann noch dazu, dass es sich um ein Fach wie die Medien- und Kommunikationssoziologie handelt, die in einer Grauzone zwischen traditioneller Soziologie und moderner Kommunikationswissenschaft angesiedelt ist, eröffnet sich eine zusätzliche Angriffsfläche für Kritik, denn für Kommunikationswissenschaftler ist die Soziologie ebenso wie für Soziologen die Kommunikationswissenschaft – zumindest institutionell – ‚Fremdland‘. Und ‚Eindringlingen‘ ins eigene Fach schaut man eben ganz genau auf die Finger... Damit liegt die Latte also sehr hoch und vielleicht ist das auch ein wichtiger Grund, warum es kaum ‚brauchbare‘ Einführungen in die Medien- und Kommunikationssoziologie gibt – wie die Herausgeber der vorliegenden Publikation in der Vorbemerkung schreiben.

Das Buch will ebenfalls Lehrbuch sein. Dementsprechend enthält es auch didaktische Aspekte, die vorneweg erwähnenswert sind: Im ersten Kapitel, vor jeder inhaltlich-theoretischen Auseinandersetzung also, wird ein Fallbeispiel konkreter (massen)medialer Kommunikation präsentiert: der Anruf einer Radiohörerin bei einer Wunschkonzertsendung. Daran anschließend wird kurz die

faszination, die diese spezifische Sendeform ausübt, diskutiert – die Inszenierung von Publikumsnähe wird angesprochen und die Spannung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit.

Auf dieses konkrete Beispiel aktueller medialer Praxis nehmen dann alle folgenden Beiträge mehr oder weniger gelungen bzw. ausführlich Bezug. Da es bei den nachfolgenden Kapiteln vor allem um die Darstellung verschiedener theoretischer Ansätze geht, ist damit zumindest eine gemeinsame Klammer gegeben, wobei die Bezugnahme auf einen sehr konkreten, leicht nachvollziehbaren Kommunikationsakt allzu abstraktes Theoretisieren verhindern bzw. Bezugnahme auf die Empirie gleichsam erzwingen helfen soll. Weiter wurden einige kurze Originaltexte von prominenten Vertretern der behandelten Ansätze (Adorno, Habermas, Baudrillard, Luhmann) eingefügt, um einen authentischen Eindruck vom jeweiligen Argumentationsstil zu vermitteln.

Wie sieht nun die inhaltliche Schwerpunktsetzung der vorliegenden *Medien- und Kommunikationssoziologie* aus? Da ist zunächst und notwendigerweise eine Auseinandersetzung mit den zentralen Begriffen: Medien, Kommunikation, Öffentlichkeit. Dieser Teil macht etwa ein Drittel des Buches aus und das Schergewicht wird dabei – aus soziologischer Sicht vollkommen gerechtfertigt – auf die Beschäftigung mit der Kategorie Öffentlichkeit gelegt. Die Diskussion des Medien-, ebenso wie des Kommunikationsbegriffs fällt demgegenüber sehr verkürzt aus, hervorgehoben wird vor allem, dass die klassischen Sender-Botschaft-Kanal-Empfänger-Modelle (also z. B. die sogenannte Laswell-Formel) nicht ausreichen, um komplexe Konstruktions-, Interpretations- oder Aneignungsleistungen im Zusammenhang kommunikativer Akte zu erfassen. Hier sind weiterreichende theoretische Konzeptionen nötig, nicht zuletzt solche, die gesellschaftliche Einflussfaktoren auf das kommunikative Handeln ebenso wie gesamtgesellschaftliche Entwicklungsprozesse mit ins Kalkül ziehen. Nach diesem von Klaus Neumann-Braun verfassten Kapitel zu „Medien-Medienkommunikation“ finden sich – wie erwähnt, mediensoziologisch konsequent – zwei Auseinandersetzungen mit dem Öffentlichkeitsbegriff: Harro Zimmermann referiert Grundlegendes zu Strukturen und Wandel von Öffentlichkeit, wobei er vor allem von Jürgen Habermas ausgeht. Kurt Imhof thematisiert das Verhältnis von „Öffentlichkeit und Skandal“ und berichtet dabei zwar inhaltlich Interessantes, verlässt aber m. E. die eher stringente, auf Einführung angelegte Konzeption des Buches.

Mehr als zwei Drittel der Publikation machen dann die ‚zentralen Theorien‘ zur Medien- und Kommunikationssoziologie aus. Insgesamt sind es fünf, doch eher jüngere Ansätze, die von den Herausgebern ausgewählt wurden und die in ebenso vielen Beiträgen vorgestellt werden. Stefan Müller-Doohm präsentiert den ältesten Ansatz, nämlich die Kritische Medientheorie und stellt dabei naturgemäß die Kulturindustrie-Kritik von Theodor W. Adorno ins Zentrum seiner Ausführungen. Josef Wehner beleuchtet die systemtheoretischen Überlegungen

von Niklas Luhmann in Bezug auf Kommunikation und Medien, vor allem hinsichtlich der elektronischen Medien. Ulrich Wenzel setzt sich mit poststrukturalistischen Medientheorien auseinander, wobei er sich nach einer kurzen Einführung in die Semiotik vor allem mit Baudrillard und Kittler beschäftigt. Die medientheoretischen Konzeptionen der Cultural Studies stellt Friedrich Krotz vor, wobei er sich von allen Beiträgern am strengsten an den empirischen Bezugspunkt des Radio-Fallbeispiels orientiert. Sein Text liest sich streckenweise wie eine exemplarische Analyse ebendieses Radio-Telefonats aus der Sicht der Cultural Studies. Als letzten Theorieansatz diskutiert Klaus Neumann-Braun die aktuelle Publikumsforschung – zwischen Quotenmessung und handlungstheoretisch orientierter Rezeptionsforschung. Dieser Beitrag ist insofern untypisch, als der Autor – als einziger – ein von ihm selbst mitentwickeltes theoretisches Konzept, nämlich den Ansatz der strukturanalytischen Rezeptionsforschung vorstellt und dies noch dazu als gleichsam fortgeschrittenes Alternativkonzept zur derzeit gängigen (behaviouristischen) Publikumsforschung, die er im ersten Teil des Beitrags kritisch referiert. Somit handelt es sich hier doch schon um etwas mehr als das bloße Vorstellen eines Theoriekonzepts in einer Einführung.

Womit ich zur Frage komme, ob tatsächlich von einer Einführung gesprochen werden kann, ob also ein erster Überblick über die zentralen Begriffe, Themenbereiche, Theorien, Problemfelder und Forschungsfragen gegeben wird und wenn ja, ob das Vorhaben gelungen ist? Ich meine schon, denn möglich wäre ja auch gewesen, eine Soziologie der Kommunikatoren, der Vermittler, des Publikums etc. aneinander zu ketten und damit eine soziologisierte Kommunikationswissenschaft ohnehin antiquierten Charakters zu erstellen. Das intendierte und auch durchgehaltene Überwinden dieser klassischen kommunikationstheoretischen Trennungen weist die vorliegende Einführung in die Mediensoziologie als avanciert aus, zumal die vorgestellten theoretischen Ansätze tatsächlich den aktuellsten Stand der Diskussion wiedergeben.

Dass dann z. B. Leser/innen, die mit kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung vertraut sind, einige Querverweise vermissen werden oder zumindest sehr genau suchen müssen ist unumgänglich und auszuhalten: So finde ich z. B. keine eingehendere Bezugnahme auf den Uses and Gratification-Approach (die nicht nur im letzten Beitrag nahe liegen würde) oder auf in jüngster Zeit immer bemerkbarer werdende konstruktivistische Konzepte. Ich hätte es auch nicht als störend empfunden, wenn so manche soziologisch durchaus relevante „ältere“ Medientheorie – etwa jene von Walter Benjamin oder von Harold Innis – Erwähnung gefunden hätte oder wenn auf die eine oder andere medientheoretisch durchaus relevante aktuellere Kultursoziologie – etwa jene von Pierre Bourdieu oder von Gerhard Schulze – etwas ausdrücklicher hingewiesen worden wäre. Aber, wie gesagt: Gerade bei Einführungen in interdisziplinäre Gegenstandsbereiche werden immer Lücken bleiben müssen.

Das Buch ist alles in allem sowohl als Einführung wie als Lehrbuch gelungen, es bietet einen Überblick über die aktuelle Diskussion ohne zwanghaft jedwede Theorie abhandeln zu wollen oder zu müssen, es ist Anfänger/inne/n zumutbar, Studierenden als Einstieg in das Fach in jedem Fall zu empfehlen, und da mir kaum Publikationen bekannt sind, in denen z. B. Cultural Studies neben poststrukturalistischen und systemtheoretischen Ansätzen behandelt werden, meine ich, dass die Lektüre auch für manche/n Fortgeschrittene/n durchaus gewinnbringend sein kann.

Alfred Smudits (Wien)