

Michael Jäckel (Hg.): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder

Wiesbaden: VS – Verlag für Sozialwissenschaften 2005, 388 S. ISBN 3-531-14483-9, € 22,90

Ubiquität und Universalität der Medien – hier mit einer Ausnahme im traditionellen Sinne Gerhard Maletzkes verstanden, wie der Herausgeber, Soziologe in Trier, in seiner Einleitung betont – verlangen sicherlich auch soziologische Beachtung und Analyse. Spätestens seit Max Webers Aufruf auf dem Ersten Deutschen Soziologentag (1910) zur Untersuchung der Presse mit den gesellschaftlichen Funktionen und Folgen der sich entwickelnden Massenkommunikation beschäftigt sie sich mit diesem Thema. In einer aufschlussreichen exemplarischen „Spurensuche“ (S.1) bei soziologischen „Klassikern“ etwa bei Durkheim, Spencer, Dewey u.a. zeichnen der Herausgeber und Thomas Grund, Graduate Student in Cambridge, in „Fundstellen“ (S.16) Prozesse der gesellschaftlichen Differenzierung, den sozialen Wandel und die Bildung öffentlicher Meinung und den jeweiligen Anteil der Medien nach. So könnte mit einer Aufarbeitung eine spezielle Diskurs-Tradition über öffentliche Kommunikation rekonstruiert werden kann, die bis in gegenwärtige Theoriebildung hinein zu verfolgen wäre.

Aber für ein ‚Lehrbuch‘ wäre wohl auch angebracht gewesen, das Verhältnis zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zu klären, denn diese versteht sich ja selbst als sozialwissenschaftliche, zumal empirische Disziplin, und der Reader will sich ja an Studierende beider Wissenschaften wenden. (Der Herausgeber hat kürzlich seine einschlägige Einführung, *Medienwirkungen*, Wiesbaden 2005, in 3., überarbeiteter und erweiterter Auflage vorgelegt, so dass ihm beide Disziplinen vertraut sind). Wer etwa erwartet, dass der letzte Beitrag „Die Medien der Gesellschaft“ von Cornelia Born, Soziologin in Luzern, diesen Brückenschlag leistet, wird enttäuscht. Denn sie hebt nicht nur in bekannter funktionalistisch-strukturalistischer Manier den eingangs explizit markierten Medienbegriff auf und die „gesellschaftstheoretische Verankerung des Medienproblems“ (S.366) sieht sie nicht gerade weiterführend in der wachsenden „Differenzierung der Funktionssysteme der modernen Gesellschaft“ (S.374). Auch der erste Beitrag, der sich mit Medien und Identitätsbildung befasst, beruft sich vorzugsweise auf

die Systemtheorie, wenn er „Identität“ als Sinnphänomen verstanden wird (S.37). Von den mikrosoziologischen Kategorien sind „Nutzung“, „interpersonale Kommunikation“, „soziale Rolle“ und „abweichendes Verhalten“ vertreten, aber man vermisst „Sozialisation“ und „Handeln“.

Immerhin, das Konzept dieses Readers wird damit deutlich: Während bei einem früheren Versuch von Klaus Neumann-Braun und Stefan Müller-Doohm (Weinheim und München 2000), *zentrale Grundbegriffe (der Kommunikationswissenschaft) und Theorien* – so die Titel für die beiden Teile – behandelt wurden, geht dieser Reader von „Grundbegriffen der Soziologie“ aus und will jeweils – in „Überblickbeiträgen“ (S.11) – von ihnen aus die soziologischen Scharniere zu den Medien beleuchten. Jedem Beitrag ist daher ein kurzes Abstract vorangestellt und in der Einleitung charakterisiert der Herausgeber aus seiner Sicht die jeweilige Quintessenz. Ein Sachregister hilft bei der Suche von Querverweisen.

Natürlich erfüllen die insgesamt 20 Beiträge, die außer den bereits genannten „soziale Wirklichkeit“, „Kultur“, „Kritik“, „soziale Konflikte“, „sozialer Wandel“, „Integration“, „soziale Ungleichheit“, „soziales System“, „Öffentlichkeit“, „Macht“, „soziale Netzwerke“ sowie „virtualisierte Vergesellschaftung“ und „Transnationalisierung“ behandeln, die gestellte Aufgabe unterschiedlich: Bei jenen, die im Sinne eines Lehrbuchs zunächst möglichst theoretisch offen die soziologische Kategorie und ihre Versionen darstellen und dann nach Verbindungen zu den wie auch nach Einflüssen der Medien fragen, lassen sich Intention und Argumentation am besten nachvollziehen und sie bieten neue, integrative Blicke auf längst noch nicht hinreichend erschlossene Zusammenhänge. Andere Beiträge liefern theoretische Abrisse und Befunde, die auch in jedem kommunikationswissenschaftlichen Handbuch stehen könnten. Einige wenige Beiträge – wie etwa bei der sicherlich komplexen Thematik „Kultur“ – versteifen sich auf einen bestimmten Theorieansatz und referieren fast nur den, so dass der angekündigte Überblick etwas einseitig ausfällt. Solche Ungereimtheiten kommen in jedem Reader vor, aber mit dem Anspruch des ‚Lehrbuchs‘ sind sie halt wenig vereinbar und so wäre es wünschenswert gewesen, wenn gerade die Beiträge mit nahe beieinander liegenden Kategorien besser aufeinander abgestimmt worden wären.

Der Herausgeber ist allein mit drei Beiträgen vertreten und sie erfüllen, was die Breite und Pluralität des aufzuarbeitenden Forschungsstandes angeht, am ehesten die gestellte Aufgabe: „Macht“ ist dabei sicherlich der komplizierteste und schillerndste Begriff, weshalb schon Weber den der Herrschaft als präzisere und analytisch brauchbarere Kategorie vorzog. Ob Medien Macht haben und/oder ob und wie Mächtige Medien für ihre Machtausübung nutzen – dies wird sicherlich eine der brisantesten und schwerlich lösbaren Fragen der soziologischen Medien- und Wirkungsforschung bleiben. Jäckel verweist vor allem auf die alltägliche Mächtigkeit von wechselseitigen Unterstellungen, die ständig für die „Potenzie-

„rung von Aufgeregtheiten“ sorgt, daher eine „sozialwissenschaftlich geleitete Präzisierung der Relationen umso erforderlicher macht“ (S.313). Sie kann wohl nur jeweils fallweise geleistet und muss ständig neu adaptiert werden. So wird wohl auch dieses Projekt weiter geführt werden müssen, nämlich um zu klären, was jeweils die diversen (traditionellen) Disziplinen zur Erforschung medial-öffentlicher Kommunikation beitragen und wie sie sich mit den speziellen der Kommunikations- und Medienwissenschaften konstruktiv verbinden.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)