

Kevin Pauliks; Heinz Bonfadelli

## ZWEI EINSCHÄTZUNGEN Christian Pentzold, Peter Gentzel, Wolfgang Reißmann: Was machen Menschen und Medien? Grundzüge einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

2025

<https://doi.org/10.25969/mediarep/24098>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pauliks, Kevin; Bonfadelli, Heinz: ZWEI EINSCHÄTZUNGEN Christian Pentzold, Peter Gentzel, Wolfgang Reißmann: Was machen Menschen und Medien? Grundzüge einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 42 (2025), Nr. 3, S. 402–405. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/24098>.

### Nutzungsbedingungen:

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

<https://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:

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

*Zwei Einschätzungen: Menschen und Medien*

**Christian Pentzold, Peter Gentzel, Wolfgang Reißmann:  
Was machen Menschen und Medien? Grundzüge einer  
praxistheoretischen Perspektive für  
Kommunikationswissenschaft und Medienforschung**

Wiesbaden: Springer 2024, 119 S., ISBN 9783658439972, EUR 27,99

Das Lehrbuch *Was machen Menschen und Medien?* von Christian Pentzold, Peter Gentzel und Wolfgang Reißmann gibt einen umfassenden Überblick über die Praxeologie in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Dazu führen die Autoren in den Begriff der „sozialen Praktiken als Letztbegründung des Sozialen“ (S.51) ein und münzen ihn auf Medien. Die Autoren kritisieren, dass es „Mode zu sein [scheint], von Medienpraktiken, *media practices*, medienbezogenen Praktiken zu sprechen, ohne dass der theoretische Unterbau immer ersichtlich wäre“ (S.9). Dieses Desiderat möchte das Lehrbuch füllen, indem es die Medien- und Kommunikationswissenschaft praxistheoretisch sensibilisiert. Vorweggenommen sei an dieser Stelle, dass die Autoren nicht zwischen Medienwissenschaft und Kommunikationswissenschaft differenzieren. Das Lehrbuch ist institutionell bedingt größtenteils aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive verfasst, bezieht aber auch dezidiert medienwissenschaftliche Standpunkte in die Argumentation ein, zum Beispiel die „Akteur-Medien-Theorie“ (S.38).

Nach einem Vorwort und der Einleitung verorten die Autoren im zwei-

ten Kapitel zunächst Praxistheorien im Forschungsfeld. Zur Sprache kommen hierbei insbesondere die Cultural Studies, die sowohl auf die Medien- als auch auf die Kommunikationswissenschaft großen Einfluss gehabt haben. Gemeinsam haben alle medienpraxeologischen Ansätze „die Beschäftigung mit dem *Wie*, also dem konkreten situativen Verfertigen von Medienpraktiken“ (S.11). Darauf aufbauend stellen die Autoren im dritten Kapitel etwas allgemeiner die Grundzüge von Praxistheorien vor. „Praktiken sind zeitlich und räumlich sequenzierte, sozial typisierte sowie körperlich und dinglich verankerte Aktivitätsmuster“ (S.18). Praxistheorien beziehen sich dieser Definition nach auf ein ziemlich breites sozialtheoretisches Feld, das manchmal sogar erst nachträglich als solches konstruiert wird, beispielsweise dann, wenn bereits etablierte Sozialtheorien den Praxistheorien zugerechnet werden. Im Grunde handelt es sich bei Praxistheorien um eine bestimmte Art und Weise, auf das Soziale und im vorliegenden Fall das Mediale zu blicken, nämlich anhand von Praktiken, über die sich der soziale Umgang mit Medien beobachten lässt. In Bezug auf Medien geht es in

Praxistheorien im Unterschied zu den meisten Medientheorien darum, „dass dieses Machen, das allgemeine Herstellen, Reproduzieren und Verändern von Sozialität und symbolischen Formen, praxistheoretisch relational konzipiert ist und nicht vorab Menschen oder Medien zugeschrieben werden kann – und empirisch entsprechend konkret erforscht werden muss“ (S.30). Erkenntnisse darüber, was Medien mit Menschen und Menschen mit Medien machen, lassen sich demzufolge nur durch die Beobachtung von Medienpraxis gewinnen.

Das vierte Kapitel stellt sich aus praxistheoretischer Perspektive die Frage, was Medien sind. Medien werden im Folgenden als Institutionen, Organisationen, Technologien, Infrastrukturen und Diskurse vorgestellt. Medienwissenschaftlich liefert das Kapitel wenig neue Erkenntnisse, zumal der jeweilige Medienbegriff vage bleibt. Beispielsweise lassen die Autoren (absichtlich?) offen, was genau Infrastrukturen sind oder was das Besondere an Medienorganisationen ist (vgl. S.44-47). Praxistheoretisch stärker hervorzuheben wäre gewesen, dass sich über die Praktiken entscheidet, was ein Medium ausmacht.

Das fünfte Kapitel ist das Herzstück des Lehrbuchs, insofern hier die empirischen Methoden der Medienpraxeologie vorgestellt werden. Äußerst hilfreich ist ein Schaubild, das praxisnahe und praxisferne Metho-

den auflistet und gegenüberstellt (vgl. S.60). Wenig verwunderlich wird die „Ethnografie als Königsweg der Praxisforschung“ (S.78) auserkoren. Verwunderlich ist aber wiederum, dass die Interviewpraxis in der Ethnografie so wenig hinterfragt wird. Die Autoren geben zwar die gängige Kritik am Interview wieder (vgl. S.61f.) und verorten das Interview in ihrem Schaubild als „eher praxisfern“ (S.60), gehen aber nicht darauf ein, dass die Ethnografie nicht ohne das Interview auskommt. Problematisch an Interviews ist, dass sie in der Regel unreflektiert „auf der Ebene rationalisierter Akteur:innen-Berichte über Praxis verbleiben“ (S.62) und damit gerade im Gegensatz zu „rekonstruktiven Verfahren“ (S.61) von prozessgenerierter Praxis stehen.

In dieser Hinsicht ist es etwas schade, dass das Lehrbuch nicht versucht, medienwissenschaftliche Methoden für die Praxisforschung starkzumachen. So geben die Autoren trotz ihres „undogmatischen Zugriff[s] auf verschiedene Methoden“ (S.63) kund, dass die „Analyse äußerer Formgestalten und medialer Architekturen allein [...] keine Praxisforschung“ (S.75) sein könne, wohingegen sich praxistheoretisch argumentieren lässt, dass es darauf ankommt, wie und mit welchem Erkenntnisinteresse die Formen und Inhalte von Medien untersucht werden.

*Kevin Pauliks (Marburg)*

Das Buch *Was machen Menschen und Medien?* ist die erste Einführung in Praxistheorien aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Sicht im deutschsprachigen Raum. Seine sechs Kapitel verorten Praxistheorien in der Kommunikations- und Medienforschung und geben einen Überblick über praxistheoretische Traditionen, Theorien und Methoden. Der Band lädt ein, sich tiefer mit Medienpraktiken zu beschäftigen, was in der Kommunikations- und Medienwissenschaft bis jetzt noch eher selten der Fall ist. Nach den Autoren Christian Pentzold, Peter Gentzel und Wolfgang Reißmann sind Praxistheorien keine weitere Theorie mittlerer Reichweite, sondern Grundlagentheorie, verbunden mit einer empirischen Forschungshaltung. Dabei soll das Potenzial erwachsen, Brücken zwischen unterschiedlichen Forschungsfeldern zu bauen und den disziplinären Diskurs sowohl nach innen wie nach außen zu stärken (vgl. S.VI).

Im zweiten Kapitel (S.3-15) wird der laut den Autoren vielgenutzte, aber noch unterbestimmte Begriff der (Medien-)Praktiken näher erläutert und fachgeschichtlich verortet, etwa psychologisch im Uses-and-Gratifications-Approach oder kultursoziologisch, insofern Menschen als Rezipient:innen nicht einfach passiv bedient werden, sondern aktiv Medien in ihre alltäglichen Kontexte integrieren. Dabei wird auch der Frage nachgegangen: „Welche Argumente sprechen für eine vergleichende Zusammenschau und theoretische

Grundlegung, und was ist von ihr zu erwarten?“ (S.11).

Das dritte Kapitel „Practice first! Grundsätze praxistheoretischen Denkens“ (S.17-33) befasst sich mit einer ersten Begriffsbestimmung von Praktiken und deren erkenntnis- und sozialtheoretischer Positionierung sowie ihrem Mehrwert für die kommunikationswissenschaftliche Analyse, wobei in Kapitel 4 (S.35-49) genauer auf den Gegenstand ‚Medien‘ in praxistheoretischer Perspektive eingegangen wird und auf die wichtigsten kommunikationswissenschaftlichen Ansätze, die explizit auf Praxistheorien rekurrieren. Hingewiesen wird etwa auf Nick Couldry, Udo Göttlich und Johannes Raabe. Unterschieden wird dabei zwischen Medien als Institutionen, aber auch Technologien und Infrastrukturen sowie Medien als Organisationen und schließlich als Diskurse.

Das fünfte Kapitel (S.51-86) will Orientierung für die empirische Medien- und Kommunikationsforschung vermitteln, wobei in einem ersten Schritt betont wird, dass Forschung selbst als Praxiszusammenhang aufzufassen und zu reflektieren sei. Darauf aufbauend wird in einem zweiten Schritt (S.55-60) ein Idealbild praxistheoretischer Forschung skizziert. Das dritte Unterkapitel (S.60-64) befasst sich mit dem Spektrum praxisnaher beziehungsweise praxisferner Methoden, welche in einer Abbildung dargestellt werden (vgl. S.60). Schließlich geht es dann auch noch um Herausforderungen und Möglichkeiten

der Erfassung von digitalen Praktiken (vgl. S.72-78).

Das abschließende knappe Kapitel 6 „Agency, KI und Datafizierung: Praxistheorien – jetzt erst recht!“ (S.87-91) postuliert, dass Praxistheorien kein exklusives Anwendungsfeld hätten und darum auch auf neue Gegenstände der Kommunikationswissenschaft wie KI oder Datafizierung angewendet werden können und sollen.

Insgesamt gibt die sehr detaillierte, aber eher abstrakte und verdichtete Analyse von Pentzold, Gentzel und Reißmann eine erstmalige Einführung und einen Überblick zur praxis-

theoretischen Perspektive in der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung und verortet die Praxistheorien in deren Ideengeschichte. Leider fehlt ein abschließendes Fazit zum Stellenwert, zur Anwendung und zum Erkenntnisgewinn von Praxistheorien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Aber das Buch ist sicher eine Einladung zur tieferen Beschäftigung mit dem Themenfeld Medienpraktiken in der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung.

*Heinz Bonfadelli (Zürich)*