

Medientheorien. Ein Überblick.

Delia Cristina BALABAN

is Associated Professor at the Department of
Communication and PR of the Babeş-Bolyai
University in Cluj-Napoca

The article is an introduction to the media studies and the most relevant paradigmas that are uses in this fiel starting with the so called Zeitungswissenschaft to the contemporary British Cultural Studies. The author enfasis the distinction between media studies and communication science especially for the German scientific tradition.

I. Definitionen

In dem deutschsprachigen Raum gibt es eindeutig den Unterschied zwischen Kommunikation und Medienwissenschaft.

Für Werner Faulstich ist Medienwissenschaft eine *transdisziplinäre Wissenschaft der Medien mit einem je als funktional zu rechtfertigenden methodischen Instrumentarium* (Faulstich: 2002, 74).

Wie jede Wissenschaft, ist die Medienwissenschaft durch: *intersubjektive Nachvollziehbarkeit, Rationalität, Kritisierbarkeit, Überprüfbarkeit, Ordnungsstruktur mit Definitionen, Modelle, Gesetzmäßigkeit, Theorien, empirische Verifikation, Analysen, Verlässigkeit, logische Begründung, Plausibilität, Rekurs auf Stand der Forschung bzw. Interaktion mit Wissenschaftsbetrieb, Suche nach Antworten und Problemlösungen* gekennzeichnet (Faulstich: 2002, 73).

Die Kommunikationswissenschaft bzw. die Kommunikationswissenschaften beschäftigen sich mit der menschlichen Kommunikation, daher auch mit der interpersonalen Kommunikation. Medienwissenschaften dagegen haben als zentralen Bestandteil die Medien als Mittel der Kommunikation. Da im Rahmen der Medienwissenschaften die Rede über einzelne Medienwissenschaften ist, wie etwa die Fernsehwissenschaft, die Radiowissenschaft, die Buchwissenschaft usw. blieben wir bei dem Begriff in der Mehrzahl *Medienwissenschaften*.

Die Medienwissenschaften sind ein interdisziplinäres Feld. Die Auseinandersetzung mit den Medien war Teil auch anderer Wissenschaften. So beispielsweise:

- die Mediengeschichte (Mediengeschichte als Geschichte der Medieninstitutionen, als Entwicklung der Technik usw.);
- Medienökonomik (Medieninstitutionen als Betriebe, die Problematik der Medienkonzentration usw.);
- Medienphilosophie (Kommunikation und Medien sind zentrale Punkte der gegenwärtigen philosophischen Auseinandersetzung);
- Medienpsychologie (die Problematik der selektiven Wahrnehmung, medienbezogene kognitiven Prozesse);
- Mediensoziologie (Mediennutzung und Medienwirkung);
- Medienpädagogik (Medieneinsatz für pädagogische Zwecke);
- Medienrecht (juristische Auseinandersetzung mit den Medien);
- Medienpolitik (politische Normen und Regelungen bezüglich der Medien);
- Medienethik.

Werner Faulstich sieht zwei große Richtungen in den Medienwissenschaften:

- a. die Publizistikwissenschaft: beschäftigt sich mehr mit Politik, Wirtschaft, Pragmatik, und benutzt überwiegend sozialwissenschaftliche Methoden und
- b. die literaturwissenschaftliche Medienwissenschaft: beschäftigt sich mehr mit Medienkultur oder Medienästhetik, benutzt literaturwissenschaftliche bzw. geisteswissenschaftliche Methoden wie die Hermeneutik und ist gesellschaftskritisch.

Die Kommunikationswissenschaft untersucht die Medien dagegen aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive.

II: Was ist ein Medium? / Was verstehen wir unter Medien?

Der Medienbegriff

Erst seit Ende des 19. Jahrhunderts hat man sich theoretisch mit der Frage nach der Mediendefinition beschäftigt. Am Anfang entstand ein Metaphersalat, da unter Medium folgende Begriffe verstanden wurden: Sprache, Schrift, Buchdruck, Schreibmaschine, Stadt, Uhr, Computer, Kunst, Presse, Internet, öffentliche Meinung, Raum, Eisenbahn, Licht, Geld, Stein aber auch Kleidung. Die Rede war über universale Medien wie etwa Wasser oder Feuer, oder über die elementaren Medienbegriffe wie Sprache oder Gestik, aber auch über die technischen Medienbegriffe, Papier und Satellitenschüssel.

Werner Faulstich versteht unter den Begriff Medium *ein institutionalisiertes System um einen organisierten Kommunikationskanal von spezifischem Leistungsvermögen mit gesellschaftlicher Dominanz* (Faulstich: 2002, 26).

Die Medienmerkmale nach Ulrich Saxer lauten:

- das Medium als Bestandteil zwischenmenschlicher Kommunikation definiert,
- das Medium als Kanal der technischen aber auch nicht technischen Vermittlung verstanden,

- das Medium als Zeichensystem,
- das Medium als Organisation und
- das Medium als geschichtlicher Wandel mit jeweiligen Dominanzen wie etwa die Ära der Radioführung, die Ära des Fernsehens usw.

Eine der relevanten Medieneinteilungen ist die des Wissenschaftlers Pross. Demnach gibt es vier Medienkategorien:

1. die Primärmedien (Menschmedien), die keine technische Unterstützung bei Sendung und Empfang brauchen, z.B. die menschliche Stimme,
 2. die Sekundärmedien (Schreib- und Druckmedien) die eine technische Unterstützung ausschließlich bei der Sendung brauchen, z.B. die Zeitung oder das Buch,
 3. die Tertiärmedien (die elektronischen Medien) die technische Unterstützung bei Sendung und Empfang brauchen, z.B. Fernsehen, Radio usw.,
 4. Quartiärmedien (digitale Medien), z.B. Computer, Multimedia, Internet.
- (apud Faulstich: 2002, 25).

III. Medientheorien

In der Medienwissenschaft gibt es zwei relevante Paradigmen:

- das dominante Paradigma beinhaltet die Theorien die am meisten in der Wissenschaft behandelt wurden und
- das alternative Paradigma bzw. die kulturellen Theorien

Die Theorien, die unterhalb präsentiert werden, entwickelten sich gegebenenfalls auch parallel; die Übersicht ist nicht chronologisch.

Die Funktionalistische / Empirische Theorie ist in die dominante Paradigma integriert. Mittels empirischer Methoden wurden quantitative Untersuchungen (1940er / 50er Jahre) durchgeführt. Die Theorie spricht über die Tatsache, dass nur Medien mit Erfolgsfaktor überleben und damit sich die Gesellschaft weiterentwickelt. Gesellschaftliche Strukturen entwickeln sich so, um den Erfolg der Medien zu fördern.

Die Publizistische Theorie (Zeitungswissenschaft) war in Deutschland vertreten. Einer der Vertreter war Otto Groth. Hauptpunkt war die Untersuchung der Zeitungen, deren Merkmale folgende sind: Aktualität (Relevanz und Neuheit), Universalität (unterschiedliche Probleme sind vertreten), Periodizität (Regelmäßigkeit) und Publizität (alle Informationen sind öffentlich).

Die Theorie der Politischen Ökonomie hat ihre Wurzeln in den Arbeiten von Marx und Engels und übt Kritik an die Konzentration der Medien.

Die Kritische Theorie ist von Th. Adorno und M. Horkheimer vertreten, wichtige Persönlichkeiten der Frankfurter Schule. Die Theorie übt Kritik an die kapitalistische Ökonomie, da Medien in Zeiten des Friedens und der sozialen Ruhe

Mittel zur symbolischen Manipulation seitens der herrschenden Klasse sind. Im 1944 veröffentlichten Buch *Dialektik der Aufklärung* wurde zum ersten Mal der Begriff *Kulturindustrie* verwendet. Die Kulturindustrie ist durch Warencharakter, Variation des gleichen Angebotes gekennzeichnet.

Die Handlungstheorie ist von Max Weber, Talcott Parsons aber auch von Jürgen Habermas vertreten. Das soziale Leben wird durch Handlungen konstituiert; es handelt sich um empirische Beschreibungen der sozialen Wirklichkeit, über Akteure in der Gesellschaft, Ziele, Strategien und Öffentlichkeit.

Die Systemtheorie hat ihren Ursprung in Talcott Parsons Arbeit und wurde von Niklas Luhmann weiter entwickelt. Es ist eine holistische und keine atomistische Beschreibung der Gesellschaft. Als Systeme sind Medien, Organisationen, Wirtschaft, Politik eingegeben. Medien sind ein System, weil sie eine Struktur aufweisen und eine Funktion haben und sich von der Umwelt dank ihrer Funktion differenzieren.

Die Konstruktivistischen Theorien sind vertreten von Umberto Maturana, Heinz von Förster, Siegfried J. Schmidt. Medien bilden ihre eigene Wirklichkeit, die Medienwirklichkeit. Die Konstruktion der Wirklichkeit ist vom Subjekt abhängig.

Die Informationstheorie ist von den beiden amerikanischen Wissenschaftlern Shannon und Weaver vertreten. Information hat unterschiedliche Definitionen von Mathematik, zu Sozialwissenschaften und Journalismus. Der journalistische Informationsbegriff von Praxke lautet: *Information ist die Kommunikation neuer Inhalte*. Information ist für unsere Gesellschaft extrem wichtig. Bereits 1981 wurde in Japan zum ersten Mal der Begriff Informationsgesellschaft als Abgrenzung zur Produktionsgesellschaft verwendet.

Cultural Studies haben sich aus der Debatte um den Kulturbegriff in der Linken entwickelt. Die Frühtexte der *Cultural Studies* stammen von Richard Hoggart und Raymond Williams, die in den 50er und 60er eine Auseinandersetzung mit Tradition, Klasse, Freizeit und Arbeit veranlasst haben. 1964 entstand *The Centre for Contemporary Cultural Studies* an der Universität Birmingham. *Cultural Studies* ist eine britische Erfindung die aber in den 90er Jahren in den USA und Australien aber auch in Europa unterrichtet wurde. Stuart Hall, David Morley, Ien Ang sind nur einige der wichtigsten Vertreter.

Cultural Studies beschäftigen sich mit dem Begriff Kultur als Raum der Auseinandersetzungen von Bedeutungen, sowie als gesellschaftlich erlebte Praxis. Kultur sei *a whole way of life* (Raymond Williams) und *a signifying system*. *Cultural Studies* haben eine interdisziplinäre Orientierung, veranlassen Selbstreflexion und radikalen Kontextualismus. Medien sind als Teil der Kultur gesehen.

Das wichtigste Kommunikationsmodell ist das *Encoding/Decoding* Modell von Stuart Hall, das über unterschiedliche Arten der Kodierung und Dekodierung der polysemischen (Texte haben mehrere Bedeutungen) Medientexte (die so genannten *Lesearten*) spricht.

Die Kritik an *Cultural Studies* fokussiert sich auf die Präferenz für fiktionale Medieninhalte, die Beschränkung auf eine Publikumperspektive, die Reichweite des Kulturbegriffs und die heterogene Publikumsbeschreibung.

Als Folgetheorie ist die **Feministische Theorie** zu sehen, die sich zentrale Fragen nach Stereotypen, Rolle der Frau in der Gesellschaft, Pornografie, Ideologie usw. stellt. Am Anfang war die Rede über was die Medien aus Frauen machen, unter anderen über die Kritik an Werbung (Bilder der Frau). Heute lautet eher die Frage was die Frauen mit den Medien machen.

Die Normative Theorie beschäftigt sich mit den Normen die durch die Medien in der Gesellschaft entwickelt werden sollen. Normen und Regeln, welche die Medien in einer demokratischen Gesellschaft haben und entwickeln sollen, Beschäftigung mit Medienpolitik, Ethik, juristische Normen, die Problematik der Meinungsfreiheit und Pressefreiheit, die Grenzen des privaten *versus* öffentlichen Lebens sind nur einige Aspekte der normativen Auseinandersetzung mit den Medien.

IV. Öffentlichkeit/ öffentliche Meinung

Die handlungstheoretische Definition lautet:

Die Öffentlichkeit lässt sich am ehesten als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, als von Meinung beschreiben, dabei werden die Kommunikationsflüsse so gefiltert und synthetisiert, dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten. (Habermas, 1992)

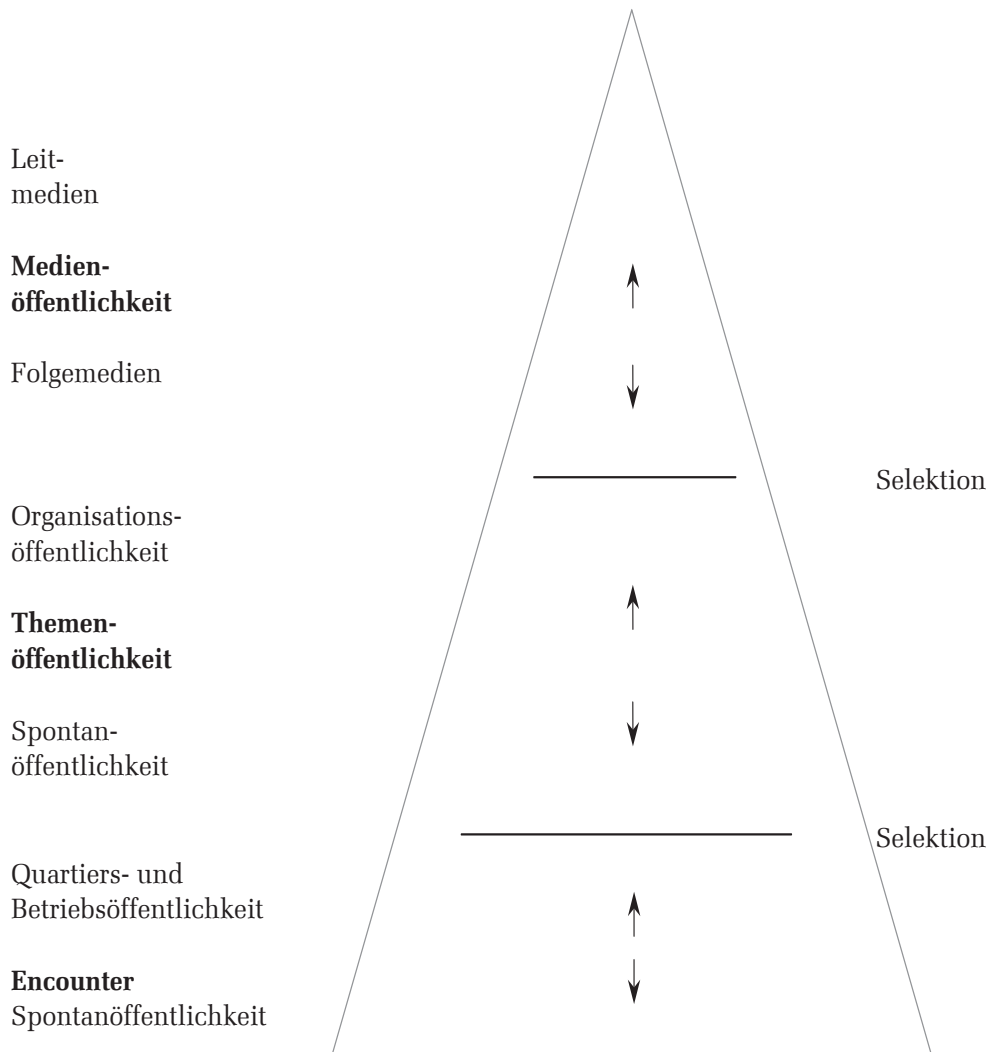
Die systemtheoretische Definition lautet:

(politische) Öffentlichkeit besteht aus einer Vielzahl von Kommunikationsforen, deren Zugang prinzipiell offen und nicht an Mitgliedschaftsbedingungen gebunden ist und in denen sich individuelle und kollektive Akteure vor einem breiten Publikum zu politischen Themen äußern. Das Produkt der Kommunikationen in der Öffentlichkeit bezeichnet man als öffentliche Meinung, die man von den aggregierten Individualmeinungen der Bürger unterscheiden kann. (Gerhard, 1998)

Jürgen Habermas spricht in seinem Buch *Strukturwandel der Öffentlichkeit* über eine Veränderung der Öffentlichkeit von der mittelalterlichen zur modernen und zur Medienöffentlichkeit.

Im 19. Jahrhundert gab es einen kulturellen und Bildungsbürgertum, der die Öffentlichkeit bzw. die öffentliche Meinung bildete. Im 20. Jahrhundert sind die Medien diejenige welche die Öffentlichkeit bestimmen – es ist die Rede von der Medienöffentlichkeit. Seitdem Zeitungen Erfolge erzielten, übernehmen die Medien die Öffentlichkeit. Die Städtisierung, die Entwicklung der großen städtischen Räume war ein ausschlaggebender Grund für die Medienöffentlichkeit.

Nach Donges/ Jahren (*Politische Kommunikation im Medienzeitalter*) gibt es 3 Ebenen der Öffentlichkeit:



Medien und Öffentlichkeit: Faulstich: 2002, S. 214- 227

Faulstich differenziert diese Ebenen weiter auf acht verschiedene **Typen von Öffentlichkeit**:

- die personale Öffentlichkeit (die Familie, enge Freunde und Vertrauten),
- die situative Öffentlichkeit (die gelegentliche Öffentlichkeit, bei Treffen kleiner Gruppen),
- die Arbeitsöffentlichkeit (die im beruflichen Umkreis entsteht),
- die institutionalisierte Gruppenöffentlichkeit (Partei, Verbände usw.),
- die habitualisierte Freizeitöffentlichkeit (Fußballfans, Formel 1 Fans usw.),
- die Medienöffentlichkeit (läuft über die Medien),

- die Kulturöffentlichkeit (z.B. *die Deutschen, die Amerikaner*)
- die Weltöffentlichkeit.

Die Medienöffentlichkeit kann auch eingegliedert werden in:

- repräsentative Öffentlichkeit, *quality press* (überregionale Zeitungen),
- Kritische Öffentlichkeit, z.B.: SPIEGEL
- Massenöffentlichkeit, z.B.: Bild
- lokale und regionale Medienöffentlichkeit
- schweigende Öffentlichkeit (Publikationen ohne großen öffentlichen Austausch, z.B.: Reader's Digest).

Die Akteure der Öffentlichkeit lassen sich auf drei Ebenen einteilen:

- Sprecher (z.B. Advokaten, Organisationen, Spezialisten),
- Vermittler (z.B. Moderatoren, Journalisten) und
- Publikum.

Die digitale (virtuelle) Medienöffentlichkeit kann mögliche Konsequenzen haben: das Publikum ist nicht mehr nur Empfänger, sondern auch Sender/ Vermittler, es gibt ein schnelleres Feedback, die Beschleunigung von Prozessen und mehr Interaktivität, das Publikum wird selber zum Medienproduzenten, es gibt eine größere Vielfalt an Informationsmöglichkeiten und es besteht mehr Ausschluss einiger Teilöffentlichkeiten.

Die neuen Medien haben Änderungen des klassischen Tagesablaufes verursacht. Als negativ ist aber die Steigerung der Kriminalität zu beobachten. Identität ist beliebig möglich.

Wir beobachten die Intensivierung der Kommunikation, und Teilöffentlichkeiten bilden sich stärker aus.

Literatur

Bonfadelli, Heinz (2004): *Medienwirkungsforschung 1. Grundlagen und theoretische Perspektiven*, 3. Auflage, Fink- Verlag München.

Faulstich Werner (2002): *Einführung in die Medienwissenschaft – Probleme, Methoden*, 2. Auflage, Fink- Verlag München

Jarren O./Donges P. (2002): *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung*, Bd. 1 und 2, Opladen.