



Jan Rommerskirchen:
Soziologie & Kommunikation. Theorien und Paradigmen von der Antike bis zur Gegenwart. Wiesbaden 2014: Springer VS. 316 Seiten, 29,99 Euro



Elke Wagner:
Mediensoziologie. Konstanz/München 2014: UVK. 149 Seiten, 14,99 Euro

Medien, Kommunikation und Soziologie

In den vergangenen Jahren hat die Soziologie die Medien entdeckt. Mit Kommunikation hat sie sich schon länger befasst, gilt Kommunikation doch als eine der Grundlagen von Gesellschaft. Der Kölner Kommunikationswissenschaftler Jan Rommerskirchen leitet seinen Band entsprechend auch mit einem kurzen Kapitel zu den Grundlagen der Soziologie ein und stellt den Fokus des Buches dar: „In diesem Buch geht es um die Frage, wie der Mensch mit anderen Menschen zusammenleben kann und wie Menschen in Gemeinschaften zusammenleben können“ (S. 16). In den drei folgenden Kapiteln stellt er die Gesellschaftskonzepte von Theoretikern der Antike bis zur Moderne dar, von Platon und Aristoteles über John Locke und Immanuel Kant bis hin zu Émile Durkheim und Max Weber.

Anschließend setzt sich der Autor mit den Grundlagen der Kommunikation auseinander, wobei er sich, vom kommunikativen Kreislauf nach de Saussure ausgehend, mit der Rolle von Erkenntnis und Sprechen befasst. In den folgenden fünf Kapiteln stellt er dann verschiedene Kommunikationstheorien dar, die er unter Oberbegriffen wie Pragmatismus, Systemtheorie, Sozialkonstruktivismus, Soziologie der ökonomischen Kommunikation und soziologische Kommunikationstheorien zusammenfasst. Den größten Raum nehmen die Darstellungen der Konzepte von Talcott Parsons, Niklas Luhmann und Jürgen Habermas ein. Besonders betont Rommerskirchen die Rolle der Normen für die Gesellschaft, die kommunikativ wirken. Kommunikation ist sowohl für die Orien-

tierung an Normen als auch für deren Interpretation bedeutsam. Im Zentrum der Auseinandersetzung mit Habermas steht dessen „Theorie des kommunikativen Handelns“, in der gezeigt wird, wie Kommunikationsmedien nicht nur soziale Systeme beeinflussen, „sondern auch die Lebenswelt und die sozialen Beziehungen der Menschen im Alltag“ (S. 278). Im abschließenden Kapitel, das „Soziologie und Kommunikation“ betitelt ist, führt der Autor die verschiedenen Theorien zusammen, wobei er drei Theoriefelder unterscheidet: „das normative Paradigma, das interpretative Paradigma und das individualistische Paradigma“ (S. 301). Er kann zeigen, wie sich Kommunikations- und Gesellschaftstheorien entwickelt haben, immer auf der Suche nach Antworten auf die Strukturen und Funktionen menschlichen Zusammenlebens. Die Mainzer Mediensoziologin Elke Wagner bietet in ihrem Band eine Einführung in die soziologische Betrachtung der Medien. Denn: „Medien spielen in der zeitgenössischen Gesellschaft eine zentrale Rolle“ (S. 10). Warum die Autorin dies lediglich aus der Aktualität des Themas im Feuilleton ableitet, bleibt ihr Geheimnis. In der empirischen Zugangsweise liegt ihrer Auffassung nach „die genuine Eigenleistung einer mediensoziologischen Perspektive“ (S. 26). Ihr Medien-Begriff geht dabei über Massenmedien hinaus. Folglich stellt sie auch die eher medienphilosophischen Theorien von Marshall McLuhan und Friedrich Kittler dar, denen allerdings der geforderte empirische Zugang fehlt. Im Folgenden stellt sie verschiedene Theorien dar, von Adorno über Bourdieu und Habermas bis hin zu Luhmann, dazu wieder philosophische Medientheorien, aber

auch den Ansatz der Cultural Studies. Leider wird als Beispiel zu den Cultural Studies nur auf Analysen aus den 1980er-Jahren zu Madonna eingegangen. Ein Problem, das sich durch den gesamten Band zieht: Aktuelle Phänomene finden kaum Berücksichtigung. Im zweiten Teil des Buches geht es um praktische Mediensoziologie. Dem weiten Medien-Begriff entsprechend geht es um Briefkultur, romantische Liebe, den Verlust der romantischen Liebe im Internet, aber auch um den Strukturwandel des Öffentlichen sowie um eine globale uneinheitliche Populärkultur. Abschließend beschäftigt sich die Autorin mit der Frage, ob die Weltgesellschaft ein mediales Produkt sei – wobei es ihr hier um Massenmedien geht. Weltereignisse wie Olympische Spiele und Umweltkatastrophen (das sind Wagners Beispiele) „werden bewusst hergestellt und durch Massenmedien als solche vermittelt“ (S. 138), denn: „Über den Einsatz der Massenmedien wird ein Weltpublikum hergestellt, das an den sich ereignenden Katastrophen nahezu unmittelbar teilnehmen kann“ (S. 139). Leider durchzieht den Band eine generelle Skepsis und (manchmal) Abneigung gegenüber Massenmedien. Empirische Beispiele sind der Autorin eher fremd. Als Einführung in die Mediensoziologie ist der Band daher nicht zu empfehlen.

Prof. Dr. Lothar Mikos