Bohn, Comelia, Die Medien der Gesellschaft, in: Jäckel, Michael (Hrsg.), Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005. S. 365-375.

Die Medien der Gesellschaft

Cornelia Bohn

Der Beitrag geht davon aus, dass sich die gesellschaftliche Bedeutung der Medien nicht auf das System der Massenmedien reduzieren lässt. Er unterscheidet zwischen Verstehens-, Verbreitungs- und Erfolgsmedien und versucht diese in eine Matrix der wechselseitigen Ermöglichung und Belastung einzutragen. Eine These ist, dass Medien sich nicht verdrängen, sondern sich verändern, indem sie sich zu ersetzen scheinen. Besonderes Gewicht liegt auf der Darstellung der symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien, die von Parsons als Tauschmedien entwickelt wurden und von Luhmann als Kommunikationsmedien mit einem noch unausgeschöpften analytischen Potential versehen wurden.

1 Vorbemerkung

Medien werden gemeinhin im Alltag und in der Forschungsliteratur mit Massenmedien gleichgesetzt. Wenn von Medien in diesem unausgesprochen eingeschränkten Sinne die Rede ist, ist das Fernsehen oder das Zeitungswesen gemeint. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich aber, dass die soziologische Theorie viel weiter gefasste Medienkonzepte mitführt. Massenmedien sind dann nur ein Fall des Möglichen. Hier soll es nicht um diesen Fall, sondern um den Raum des Möglichen gehen. Die Medien der Gesellschaft im hier verstandenen Sinne umfassen sowohl Sprache, Schrift, Buchdruck, elektronische Medien, Bildmedien und symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien wie Geld, Macht, Liebe und Wahrheit. Im Folgenden soll eine Skizze eines derartigen erweiterten soziologischen Medienkonzepts präsentiert werden, das vor allem in der neueren Systemtheorie weiterentwickelt wurde. Die Tradition ließe sich vermutlich danach ordnen, ob der gesellschaftliche Verkehr über Mediensymbole vermittelt gedacht wird oder ob diese Dimension vernachlässigt wird. Die Geldtheoretiker Marx und Simmel, der Symboltheoretiker Mead und der Erfinder der symbolisch generalisierten Medien Parsons fänden sich auf einer Seite, während Durkheim und Weber eher auf der anderen Seite einzutragen wären, um nur einige mögliche Zuordnungen zu nennen.

Folgt man dem Vorschlag einer Theorie der Medien der Gesellschaft, so lässt sich die gesellschaftliche Bedeutung der Medien nicht auf das System der Massenmedien reduzieren. Ausgeschlossen ist damit auch die in den Kommunikationswissenschaften vertretene These einer „Mediengesellschaft", die eine von den Mas-

senmedien ausgehende Medialisierung immer weiterer gesellschaftlicher Teilbereiche behauptet, diese als Signum unserer Zeit begrüßt oder vor der Dominanz der Massenmedien kulturkritisch warnt. Massenmedien greifen demnach durch die Bündelung gesamtgesellschaftlicher Aufmerksamkeit mehr und mehr in das Geschehen anderer Felder wie Politik, Recht, Erziehung oder Familie ein und gefährden deren Autonomie. Der Vorteil der hier vorgestellten Theorie besteht nun darin, über die Verallgemeinerung gegenwärtiger Befunde hinausgehend eine gesellschaftstheoretische Verankerung des Medienproblems denken zu können. Widersprochen wird aber auch der klassisch phänomenologischen Sicht, dass alle Sozialität in face-to-face-Situationen gründe und alle interaktionsunabhängige Kommunikationen bloße Derivate seien, die sich in einem „als ob"-Modus abspielten. Für die Gegenwart soll hier vielmehr von einer Gleichursprünglichkeit und Gleichbedeutsamkeit von kopräsenter Sozialität und Sozialität im Modus der Abwesenheit ausgegangen werden. Schließlich wird drittens die Auffassung vertreten, dass Medien niemals Substitute sind. Vielmehr wird hier differenztheoretisch argumentiert: dass Medien verändern, indem sie zu ersetzen scheinen. Eine Leitfrage der Mediensoziologie ist dann, wie sich eine bestehende Matrix gesellschaftlicher Kommunikation verändert, wenn neue Medien in sie eingeführt werden.

2 Verstehensmedien, Verbreitungsmedien, Erfolgsmedien

Begreift man Gesellschaft und ihre Veränderung nicht als Resultat veränderter Produktionsweisen wie das marxistische Denken, oder veränderter Herrschaftsformen, wie von Weber her gedacht werden kann, sondern wesentlich als Veränderung ihrer Kommunikationsweisen und Kommunikationsmedien, so ist die ausgezeichnete Theoriestelle in der Systemtheorie Luhmanns, die dieses Problem behandelt, die in eine Medientheorie mündende Kommunikationstheorie (vgl. Luhmann 1981; ders., 1984, Kap.4).

Sie ist mit einer evolutionstheoretischen und systemtheoretischen Überlegung gekoppelt und formuliert sich von dem zunächst methodischen Ausgangsproblem her, wie Unwahrscheinlichkeit in Wahrscheinlichkeit überführt wird. Einfacher noch: Wie ist das Normalfunktionieren von Kommunikation überhaupt möglich? Das Anliegen der Theorie ist es nicht, Kommunikationsprobleme zu lösen, vielmehr werden die kommunikativen Praktiken einer gegebenen Gesellschaft als Lösungen behandelt, für vorhandene Lösungen werden die dazugehörigen Probleme gesucht.

Die kommunikativen Unwahrscheinlichkeiten, nämlich: Verstehen, Erreichen des Adressaten und Erfolg der Kommunikation, werden, so die Annahme, mittels der Kommunikationsmedien Sprache, Schrift, Buchdruck, elektronische Medien und symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien in Wahrscheinlichkeiten

transformiert. Während Sprache koextensiv mit Gesellschaft existiert, ist bereits die Schriftlichkeit eine evolutionäre Errungenschaft gesellschaftlicher Kommunikation. Dies ist kein linearer Prozess der Perfektionierung zunehmender Problemlösekapazitäten – vielmehr entstehen mit der Lösung eines Problems neue Probleme und Unwahrscheinlichkeiten, die wiederum Re-Normalisierungen gesellschaftlicher Kommunikation mit anderen Medien erfordern. Man könnte von einem Gesetz der wechselseitigen Ermöglichung und Belastung sprechen. Die kommunikative Normalität einer basal instabilen Gesellschaft wird also durch erwartungsleitende Wahrscheinlichkeiten stabilisiert.

Mit der Sprache ist erst die Möglichkeitsbedingung für das Verstehen geschaffen. Das zugrunde liegende Problem bleibt die Intransparenz der beteiligten Bewusstseine füreinander, und diese Möglichkeit bleibt doch auf die im Wahrnehmungshorizont befindlichen Anwesenden beschränkt. Können mit dem Gebrauch der Schrift auch Abwesende und mit der Einführung des Buchdrucks und anderer Verbreitungsmedien auch anonyme Publika erreicht werden, so entfällt aber die Wirkung der an Mündlichkeit orientierten Persuasivtechniken – wie der Rhetorik, die den kommunikativen Erfolg der Rede erst stützt. Die kommunikative Operation der Schriftlichkeit unterscheidet sich von der Mündlichkeit ja gerade durch Auflösung von Gleichzeitigkeit und Gleichräumlichkeit von Mitteilung und Verstehen (vgl. Bohn 1999; 2005). Eine durch Schrift und Druck ermöglichte und institutionalisierte Kritik-, Vergleichs- und Unterscheidungskultur fördert im Gegenzug aber die Ablehnungswahrscheinlichkeit der Kommunikation (Eisenstein 1993). Voraussetzung hierfür ist wiederum die binäre Codierung der Sprache, die erst präzise Ja/Nein-Stellungnahmen bezüglich einer Mitteilung ermöglicht. Darin liegt vermutlich das evolutionäre Potential der Sprache gegenüber einer durchaus reflexiven und daher sozialitätsstiftenden Wahrnehmungswahrnehmung. Erst mit der Einführung der Schrift und verstärkt durch den Buchdruck kommt es zu der Steigerung der Ablehnungswahrscheinlichkeit der Kommunikation, auf die symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien wie Geld, Macht, Liebe, Wahrheit reagieren. Sie sind eigenständige Medien, die zwar die Ja/Nein-Codierung der Sprache voraussetzen, aber selbst mit Hilfe binär codierter Präferenzcodes operieren. Jene symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien sind ohne Rekurs auf präformierte individuelle Motivlagen Garanten für die Verschränkung von Mitteilung und Folgehandlung. Es geht also bei diesem dritten Typ von Kommunikationsmedien nicht mehr nur darum zu verstehen, was Alter mitgeteilt hat, oder darum, für zeitlich und räumlich entfernte Botschaften überhaupt erreichbar zu sein, vielmehr geht es darum, dass die Mitteilung zur Prämisse weiteren Handelns wird, es geht um die Übernahme von Selektionen für Anschlusskommunikationen. Darauf wird später noch einmal eingegangen. Festhalten können wir an dieser Stelle, dass das Bezugsproblem des hier verwendeten kommunikationstheoretischen Medienbegriffs in der Überbrückung der Alter-Ego-Divergenz besteht. Kommunikationsmedien in diesem Sinne

sind also nicht, wie im klassischen Transmissionsmodell, Stoffe oder technische Apparaturen, die eine möglichst störungsfreie Informationsübertragung garantieren, noch sind sie schon selbst die „Massage", wie Mc Luhan formuliert hat, oder auf ihre technischen Möglichkeiten, etwa die der Speicherung, reduziert. Vielmehr überbrücken sie mittels generalisierter Symbole immer eine Differenz. Im gleichsinnigen Bezug Alters und Egos auf die verschiedenen Mediensymbole liegt schließlich die Chance zu verstehen - das immer ein Missverstehen einschließendes Verstehen ist -, zeitlich und räumlich Abwesende zu erreichen und Kommunikation mit Annahmechancen auszustatten. Medien im beschriebenen Sinne sind somit Orte der Hervorbringung generalisierter Symbole.

3 Gebrauchsweisen, Operationsweisen und Medienmetamorphosen

Die Normalisierung von Geld-, Macht- und Wahrheitskommunikation auf der Grundlage von Codes und Programmen beruht nun ihrerseits in diachroner und in synchroner Perspektive auf der Textabhängigkeit der Kommunikation und auf der Genese von Sondersemantiken in den zugehörigen Systemen Wirtschaft, Recht/Politik, Wissenschaft, Kunst, Intimität. Kommunikative Praktiken der Gegenwartsgesellschaft sind insofern durch das Zusammenwirken aller Kommunikationsmedien: Sprache, Schrift, Buchdruck, elektronische Medien, Bildmedien und symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien charakterisiert. Sie setzen sich wechselseitig voraus und veranlassen zu einem differentiellen Gebrauch. Um einige Beispiele zu nennen: Seit das Telefon Eingang in die Privathaushalte gefunden hat, ist es normal und gilt es als Zeichen sozialer Nähe, dass man telefoniert, wenn man sich gut kennt. Der Brief für alltägliche Mitteilungen würde als Distanzierungsgeste verstanden. Ganz anders in der höfischen Gesellschaft, die von einer generellen Präsenzpflicht geprägt war. Hier war der Brief gerade das Medium der Intimität trotz wechselseitiger Anwesenheit. Mit zunehmender Verbreitung der E-Mail-Kommunikation verändert sich der Gebrauch der verfügbaren Medien ein weiteres Mal. Neu ist die weltumspannende Erreichbarkeit von Adressaten im Modus der Gleichzeitigkeit. Daneben können jedoch eine Fülle sozialer Gebrauchsweisen beobachtet werden: So wählen gleichzeitig Anwesende jetzt den Modus der fingierten Abwesenheit und kombinieren die potentielle Gleichzeitigkeit von Mitteilung und Verstehen mit der Möglichkeit der Abwesenheit des Adressaten, bei Wahrung der Zeitautonomie von Alter und Ego. Craig Calhoun hat für den sich daraus neu entwickelnden Beziehungstyp den Begriff der „tertiary relationships" geprägt (Calhoun 1998: 380ff.).

Wie aber haben sich die vorhandenen Medien selbst verändert durch das Aufkommen jeweils „neuer Medien"? Zwei sehr verschiedene Beispiele sollen hierzu vorgestellt werden.

Durch die Einführung der Schrift hat sich Sprache verändert. Raible (2001) betont diese Differenz durch die Begriffe „konzeptionell schriftlich" und „konzeptionell mündlich". Damit ist gemeint, dass Veränderungen, die durch ein neues Medium in die Kommunikation eingeführt werden, nicht an dessen mediales Substrat – Akustik oder Optik – gebunden bleibt. In der Schriftlichkeit entstandene neue sprachliche Möglichkeiten können auch in der Mündlichkeit Verwendung finden. Ebenso lassen sich typisch mündliche Sprachformen und Redeweisen in die Schriftlichkeit hinüberkopieren. Der gut ausgearbeitete wissenschaftliche Vortrag ist, obgleich er mündlich vorgetragen wird, eine konzeptionell schriftliche Kommunikationsweise.

Ein anderes Beispiel ist die Veränderung der Malerei durch die Einführung der Fotografie. Imdahl (1996: 192) kann sogar zeigen, dass die Malerei zuerst die mit der Fotografie ermöglichten Darstellungsformen realisiert, dass es die Malerei ist, welche die Repräsentationsmöglichkeiten der Momentfotografie erst einlöst, „daß die Malerei die charakteristischen Grenzfälle erfindet und erschafft, in denen die Momentfotografie kategorial sich erfüllt, und daß – womöglich – erst durch die Malerei die mittels der Momentfotografie fixierte kontingente Wirklichkeit als eine eben durch dieses Medium repräsentierbare bewußt wird."

4 Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien und die Medium/Form-Differenz

Für die kommunikative Normalität der Gegenwartsgesellschaft ist nun neben dem Gebrauch elektronischer Medien als neuer Typ von Verbreitungsmedien der Gebrauch symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien charakteristisch. Sie haben sich mit der Differenzierung der Gesellschaft nach Sachgesichtspunkten herausgebildet (vgl. Luhmann 1997, bes. Kap 2). Dass Zahlungsfähigkeit über den Besitz von Gütern und Bedürfnisbefriedigung entscheidet, ist die Folge einer gesellschaftsweiten Anerkennung des Geldmediums. Das Akzeptieren einer wissenschaftlichen Erkenntnis, die wir nur gelesen, keineswegs aber durch eigene Wahrnehmung überprüft haben, ist Folge der Institutionalisierung der Wahrheit als Kommunikationssymbol. Wenn Wahrheiten feststehen, kann man von ihnen ausgehen, ohne sie erneut prüfen zu müssen. Wenn das Seegrundstück Eigentum eines Anderen ist, kann es ein Zweiter nicht erwerben. Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien sind darauf angelegt, dass man mit den erreichten Festlegungen etwas anfangen kann. Sie dienen als schon reduzierte Komplexität, als Absorption von Ungewissheit, als Prämisse für weitere Operationen.

Erfolgsmedien nehmen in der neueren Systemtheorie die Theoriestelle ein, die in der soziologischen Tradition Normativität im Sinne der gesellschaftsuniversellen Wertbindung als Garanten für soziale Ordnung innehatte. Nun werden Normen nicht einfach durch Medien ersetzt, sondern das Problem wird auf eine andere Wei-

se gelöst. Die Überbrückung der Divergenz zwischen Ego- und Alter-Positionen ist daher nicht an die Übereinstimmung mit Werten gebunden, vielmehr übernehmen Medien situativ und kontextspezifisch die Konditionierung von Motivation und Selektion. Dabei stehen Selektion und Motivation in einem zirkulären Verhältnis, da jede die andere bedingt, und zwar dadurch, wie Luhmann formuliert, „daß die Konditionierung zum Motivationsfaktor gemacht wird." (Luhmann 1997: 321)

Im Unterschied zum Modus der Normativität behauptet der Modus der mediatisierten kommunikativen Normalität eine funktionsspezifisch differenzierte Codierung und Programmierung der kommunikativen Operationen der modernen Gesellschaft. Die Funktionsstelle der Sicherung von kommunikativen Anschlüssen wird in der Moderne, so die Theorie, gleich mehrfach besetzt.

Die Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien schließt an die Theorie der Tauschmedien – Geld, Macht, Einfluss und Wertbindung – bei Talcott Parsons an.[1] Anders aber als Parsons, der Tauschmedien auf die Vermittlung von Input/Output –Prozessen zwischen Systemen bezogen sieht, analysiert Luhmann symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien als systeminterne Mechanismen. Geld wird jetzt nicht wie bei Parsons – etwa in Form von Steuerzahlungen – als Interaktionsmedium zwischen Wirtschaft und Politik begriffen, sondern immer wenn Geld im Spiel ist, handelt es sich um wirtschaftliche Kommunikation. Die weitreichenden Theorieentwicklungen, die solche Umstellungen motivieren, sollen hier nicht erörtert werden.

Im nächsten Schritt ist vielmehr zu betrachten, wie die bei Parsons im Ansatz entwickelte Theorie der Tauschmedien in der Systemtheorie Luhmanns als Theorie der Kommunikationsmedien ausgearbeitet wird. Die Erläuterung wird sich auf wenige Gesichtspunkte beschränken. Abschließend wird auf einen weiteren Medienbegriff, wie er in der Medium/Form-Differenz formuliert wird, eingegangen.

Es wurde bereits festgehalten, dass die Funktion der symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien darin besteht, die Annahme von Kommunikation erwartbar zu machen in Fällen, in denen die Ablehnung wahrscheinlich ist. Jene unwahrscheinlichen Zumutungen der Selektionsübernahme lassen sich für die einzelnen Medien noch einmal spezifizieren:

Warum soll ich einer unwahrscheinlichen Behauptung zustimmen, warum soll ich akzeptieren, dass ein anderer auf Güter zugreift, die ich auch gerne hätte, warum soll ich eine willkürliche Verhaltensanweisung befolgen, warum mich am Erleben und unter Umständen höchst eigenwilligen Verhalten eines anderen orientieren?

[1] Parsons verwendet die Begriffe „generalized media of interchange", „circulating media", „symbolic media" or „mechanisms of interaction" fast austauschbar. Die wichtigsten Studien zu den einzelnen Medien sind zusammengefasst in: Parsons, Talcott: Politics and Social Structure, New York 1969. Eine Debatte der Theorie findet sich in Jan J. Loubser et al. (Hg.): Explorations in General Theory in Social Science, New York 1976.

Die Antwort der Theorie lautet nun, dass ich Alters unwahrscheinliche Behauptung dann akzeptiere, wenn er mir eine Selbstfestlegung durch den Gebrauch bestimmter Symbole signalisiert, sich nämlich auf Wahrheit beruft. Den Akt des Zugriffs auf wirtschaftliche Güter werde ich dann erlebend hinnehmen, wenn dafür Bezahlung angeboten wird und damit gleichzeitig die im generalisierten Medium Geld garantierte Freiheit der Wiederverwendung als Freiheit des Zugriffs auf andere Güter in Aussicht gestellt wird. Analoges lässt sich für Liebe und Macht zeigen. Der Liebende (Ego) bestätige den Weltentwurf Alters (Geliebter), obwohl impliziert ist, dass dieser einzigartig und womöglich eigenartig ist. Er lässt sich zu unwahrscheinlichen Handlungen motivieren und setzt den paradoxen Beginn jeder Liebeskommunikation fort, indem er auf Erleben mit Handeln reagiert und auf Schongebundensein mit Sichbinden. Schließlich folgt der Machtunterlegene einer Anweisung, motiviert durch die Möglichkeit negativer Sanktion, die er gerne als durchaus reale Handlungsalternative vermeiden möchte.

Die Skizze des kommunikationstheoretischen Grundproblems wird nun im Zuge der Theorieentwicklung durch systematische Analysen einer Fülle von Medieneigenschaften ergänzt, von denen nur einige genannt werden sollen. Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien benötigen einen einheitlichen binären Code für den gesamten Medienbereich: zahlen/nicht-zahlen für die Wirtschaft, schön/hässlich für die Kunst, wahr/unwahr für die Wissenschaft, recht/unrecht für das Rechtssystem. Die Codierung ist die wesentliche Voraussetzung dafür, dass sich symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien als geschlossene Operationszusammenhänge ausdifferenzieren. Im Unterschied zu dem Ja/Nein-Code der Sprache handelt es sich hier um Präferenzcodes mit einem positiven und einem negativen Wert. Unter welchen Bedingungen aber die Zuordnung zum negativen oder positiven Wert erfolgt, entscheiden Programme. Jene Programmierung kann nur codespezifisch erfolgen. So entscheiden Theorien und Methoden darüber, ob ein wissenschaftlicher Befund wahr oder unwahr ist; Gesetze und Gerichtsentscheidungen darüber, ob eine Tat als recht oder als unrecht behandelt wird; Investitionsprogramme und Konsumprogramme respezifizieren das Geldmedium und motivieren die Zahlung oder eben nicht. Während Codes durch Einfachheit und Invarianz gekennzeichnet sind, bedürfen die Programme eines umfangreichen semantischen Apparats, der hochkomplex, umweltoffen und durchaus variabel ist. Zwischen den Mediensymbolen allerdings besteht eine Konvertibilitätssperre: Man kann Liebe weder kaufen noch mit Macht durchsetzen, gleiches gilt für die Wahrheit, so wie sich Macht dem Urteil wahr oder nicht wahr entzieht.

Eine weitere Medieneigenschaft besteht in ihrer Distanz zur Moral. In fast allen Mediensymbolen tauchen Semantiken auf, die betont metamoralische Konnotationen mitführen, etwa Staatsräson im Machtbereich, Profit im Feld von Eigentum

und Geld oder die quasi-krankhafte Passion in der Liebessemantik, auch differenziert sich das ästhetische Urteil gegen jeden moralischen Beigeschmack.[2]

Die Funktionsweise Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien ist nun keineswegs an die leibliche Präsenz der Kommunizierenden gebunden, sie scheinen für potentielle Interaktionsunabhängigkeit geschaffen. Bankgeschäfte lassen sich am Computer erledigen, ein relevanter Teil der Wahrheitskommunikation findet über Publikationen und deren Lektüre und sich daran anschließende Forschungen statt, auch für Liebeskommunikation ist Schrift, Telefon und das Internet unverzichtbar. Dennoch können symbolische Kommunikationsmedien von einer systematischen Berücksichtigung der körperlichen Wirklichkeit der Beteiligten nicht abstrahieren. Luhmann hat dafür den Begriff der symbiotischen Symbole oder Mechanismen geprägt. Analog zur Differenzierung der Medien wird auch die Differenzierung der im Medienbereich verwendeten symbiotischen Symbole vorgeschlagen. Denn, so die Annahme, die Bezugnahme auf Körperlichkeit werde in hoch spezialisiertem Sinne erforderlich. Während sich das Wahrheitsmedium auf Wahrnehmung als letzte Evidenz stützt, beschafft sich das Liebessymbol mit der Referenz auf Sexualität eine ‚körperliche Erdung', das Geldmedium spezifiziert sich auf Bedürfnisse und Macht bedient sich des Drohpotentials der physischen Gewalt. Eine wichtiger Zusatz besteht darin, dass allen symbiotischen Symbolen ein Selbstbefriedigungsverbot auferlegt ist. Körper brechen nicht als vitalistische Instanzen in den Kulturraum Kommunikation ein, die Kommunikationssymbole sind vielmehr darauf angewiesen, dass Körper nach Maßgabe sozialer Konditionierungen benutzt werden. Für das Liebesmedium lässt sich die soziale Konditionierung der Sexualität in den umfangreichen Studien Foucaults nachlesen (Foucault 1983). Wissenschaftshistorische Studien zeigen, dass sich neuzeitliche Wissenschaft auf Methoden kontrollierter Wahrnehmung festgelegt und jede Art der Intuition als Evidenzbeschaffung abgewiesen hat. Schließlich sind die inkorporierten Geschmacksvorlieben, die unsere Konsumbedürfnisse motivieren – wie Bourdieu gezeigt hat - in hohem Maße sozial konditioniert (Bourdieu 1982). Eine weitere Medieneigenschaft, die bereits bei Parsons erwähnt wird, sind die Inflations- und Deflationsrisiken des Mediengebrauchs. Die soziale Deckung eines Mediums – und das trifft auch auf das Geldmedium zu – besteht nun im Vertrauen in die weitere Verwendung des Mediums in einem bestimmten Sinne. Von einer Inflation des Geldmediums und in der Folge von dessen Entwertung kann man sprechen, wenn sich Geld nicht zu dem Wert weiterverwenden lässt, zu dem man es angenommen hat. Politische Macht wird inflationiert, wenn z.B. das Erbringen staatsbürgerlicher Pflichten nicht mehr durch die Gewährung der entsprechenden Rechte retourniert wird oder wenn politische Programme sich als nicht umsetzbar erweisen.

[2] Detaillierte semantische Analysen zu diesen Themen finden sich in Luhmann 1982; 1989; zur Ausdifferenzierung von Ästhetik und Moral siehe auch Bourdieu 1999.

Eine letzte Medieneigenschaft, die erwähnt werden soll, ist ihre Reflexivität. Entwickelte Medien zeichnen sich dadurch aus, dass sie auf sich selbst und auf ihre Resultate anwendbar sind. Man kann Geld für Geld beschaffen und es mit einem Preis ausstatten, im Feld des Wahrheitsmediums findet Forschung über Forschung statt und die Liebessemantik sieht vor, dass man die Liebe, jedenfalls aber den Anderen als Liebenden liebt. Wenn Medien auf ihre eigenen Prozesse und Resultate angewandt werden können, bedeutet das im Umkehrschluss aber auch, dass Resultate eines Medienbereichs nur durch Operationen des gleichen Mediums geändert werden können. So lässt sich eine Wahrheit nur durch eine Wahrheit ablösen. Der bereits erwähnten Konvertibilitätssperre korrespondiert die Annahme, dass die Medienbereiche auch ihre eigenen Stoppregeln hervorbringen und insofern für ihre eigenen Resultate zuständig sind.

Die Fülle der Analysemöglichkeiten, die die Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien bereithält kann hier nur angedeutet werden. In den letzten Dekaden hat sich mit dem Begriffspaar Medium und Form eine neue Beschreibungssprache für mediensoziologische Befunde herausgebildet. Es gibt bereits in der philosophischen Tradition eine Reihe ähnlicher Formulierungen, die davon ausgehen, dass Medien nur von einer Form aus gesehen beschreibbar sind, dass Formen sich in Medien strukturbildend einschreiben, diese aber nicht verbrauchen. Medien werden für die Bildung von Form gebunden, aber wieder freigegeben. Formen hingegen können zerfallen und verbraucht werden. Am Beispiel von Wahrnehmungsmedien hat sich die Formulierung ‚mediales Substrat und Form' entwickelt, die neuere Fassung geht zusätzlich von der Unterscheidung von lose und strikt gekoppelten Elementen aus. Ein Medium besteht aus lose gekoppelten Elementen, eine Form fügt dieselben Elemente hingegen zu strikter Kopplung zusammen. Schließlich geht es darum, dass nicht jedes Element mit jedem verknüpft werden kann, mit einem technischen Begriff kann man das als das Problem der strukturierten Komplexität bezeichnen.

Die Unterscheidung mediales Substrat und Form löst die vorgestellte kommunikationstheoretische Medientheorie, deren Bezugsproblem als die Überwindung der Alter/Ego-Divergenz herausgearbeitet wurde, keineswegs ab. Die Differenz Medium und Form lässt sich aber mit der Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien verbinden. Das gemeinsame Problem ist die Unwahrscheinlichkeit der operativen Kontinuität von Systemen. Während sich die Anschlussproblematik als Selektionsübernahme bei den Erfolgsmedien ganz und gar auf die Sozialdimension konzentriert - es ging um höchst unterschiedliche Figuren der Motivationsbeschaffung in Alter/Ego-Konstellationen – formuliert die Medium/Form-Differenz das Problem als zeitlichen Vorgang des laufenden Koppelns und Entkoppelns. Neben dem Medienbegriff, der die Alter /Ego-Divergenz durch die Generierung von Symbolen überbrückt, steht nun ein sehr viel allgemeinerer Medienbegriff, dessen Dynamik in der Kopplung von Elementen und der Wiederauflösung

der Resultate dieser Kopplungsvorgänge besteht. „Wenn wir von ‚Kommunikationsmedien' sprechen", so Luhmann, „meinen wir immer die operative Verwendung der *Differenz* von medialem Substrat und Form." (Luhmann 1997: 195) Wie aber lässt sich nun die Differenz von medialem Substrat und Form auf symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien anwenden? Mediale Substrate von lose gekoppelten Elementen sind dann z.B. Geldsummen, die gezahlt werden können oder nicht gezahlt werden können, die aber nur bestimmte Formen strikter Kopplung tolerieren. Im Fall des Geldmediums wäre eine solche Form eine Transaktion zu bestimmten Preisen. Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien sind demnach als eine lose gekoppelte Menge von Elementen gegeben. Sie erreichen eine strikte Kopplung nur durch die für das jeweilige Medium spezifische Form – etwa Theorien, Liebesbeweise, Rechtsgesetze oder Preise.

5 Fazit

Worin genau aber liegt nun die eingangs angekündigte gesellschaftstheoretische Verankerung der vorgestellten Medienkonzepte? Die erste Antwort ist, Gesellschaft selbst ist nichts anderes als ihre kommunikativen Operationen. Die zweite besteht darin, dass es offenbar Zusammenhänge zwischen der Differenzierung der Medien und der Differenzierung der Funktionssysteme der modernen Gesellschaft gibt. Eine dritte ist, dass sich das Gesellschaftliche in der Gesellschaft nur auf dem Wege des Vergleichs ihrer Subsysteme, ihrer Medien und Formen erschließt.

6 Literatur

Bohn, Cornelia (1999): Schriftlichkeit und Gesellschaft. Opladen.
Bohn, Cornelia (2005): Literacy. In: Encyclopedia of Social Theory. London (im Erscheinen).
Bourdieu, Pierre (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. [Aus d. Franz.]. Frankfurt/Main.
Bourdieu, Pierre (1999): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. [Aus d. Franz.]. Frankfurt/Main.
Calhoun, Craig (1998): Community without Propinquity Revisited: Communication Technology and the Transformation of the Urban Public Sphere. In: Sociological Inquiry Vol. 68, Heft 3, S. 373-397.
Eisenstein, Elizabeth L. (1993): The Printing Press as an Agent of Change. Communications and Cultural Transformations in early-modern Europe, Vol. I u. II. Cambridge.
Foucault, Michel (1983): Sexualität und Wahrheit, Band 1. [Aus d. Franz.]. Frankfurt/Main.
Heider, Fritz (1926): Ding und Medium, In: Symposion I, S. 109-157.
Imdahl, Max (1996): »Die Momentfotografie und ›Le Comte Lepic‹ von Edgar Degas«. In: ders.: Zur Kunst der Moderne. Gesammelte Schriften, Band 1. Frankfurt am Main, S. 181-194.

Loubser, Jan, et al.(Hrsg.) (1976): Explorations in General Theory in Social Science. New York.
Luhmann, Niklas (1981): Die Unwahrscheinlichkeit der Kommunikation. In: ders.: Soziologische Aufklärung 3. Opladen, S. 25-35.
Luhmann, Niklas (1982): Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien. In: ders.: Soziologische Aufklärung 2, 2. Aufl. Opladen, S. 170-193.
Luhmann, Niklas (1982): Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität. Frankfurt/Main.
Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/Main.
Luhmann, Niklas (1989): Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Band III. Frankfurt/Main 1989.
Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Bände. Frankfurt/Main.
Meyrowitz, Joshua (1994): Medium Theory. In: Crowley, David; Mitchell, David (Hrsg.): Communication Theory Today. Cambridge, S. 50-78.
Parsons, Talcott (1969): Politics and Social Structure. New York.
Raible, Wolfgang (2001): Literacy and Orality. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, Vol. 13. Amsterdam usw., S. 8967-8971.

Empfehlungen zum Weiterlesen:

Bohn, Cornelia (1999): Schnittstellen: Konversation und Schriftlichkeit im Übergang zur Moderne. In: Berliner Journal für Soziologie 9, Heft 2, S. 213-232.
Luhmann, Niklas (1982): Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität. Frankfurt/Main.
Stichweh, Rudolf (2005): Setzt die „Weltgesellschaft" auf „Weltkommunikation"? In: Jäckel, Michael; Haase, Frank (Hrsg.): In medias res. Herausforderung Informationsgesellschaft. München, S. 171-186.

Michael Jäckel (Hrsg.)

Medien-soziologie

Grundfragen und Forschungsfelder

VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Auflage November 2005

Alle Rechte vorbehalten
© VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005

Lektorat: Barbara Emig-Roller

Der VS Verlag für Sozialwissenschaften ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips bv, Meppel
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in the Netherlands

ISBN 3-531-14483-9

Inhalt

Vorbemerkung 7

Michael Jäckel
Einleitung – zur Zielsetzung des Buches 9

Michael Jäckel / Thomas Grund
Eine Mediensoziologie – aus der Sicht der Klassiker 15

Jan D. Reinhardt
Medien und Identität 33

Thomas Döbler
Medien und ihre Nutzer 47

Joachim R. Höflich
Medien und interpersonale Kommunikation 69

Angela Keppler
Medien und soziale Wirklichkeit 91

Herbert Willems
Medien und die Inszenierung sozialer Rollen 107

Waldemar Vogelgesang
Medien und abweichendes Verhalten 125

Rainer Winter
Medien und Kultur 149

Udo Göttlich
Medien und Kritik 163

Hans-Jürgen Bucher / Amelie Duckwitz
Medien und soziale Konflikte *179*

Richard Münch / Jan Schmidt
Medien und sozialer Wandel *201*

Michael Jäckel
Medien und Integration *219*

Thomas Lenz / Nicole Zillien
Medien und soziale Ungleichheit *237*

Manfred Mai
Medien als soziales System *255*

Kurt Imhof
Medien und Öffentlichkeit *273*

Michael Jäckel
Medien und Macht *295*

Christian Stegbauer
Medien und soziale Netzwerke *319*

Udo Thiedeke
Medien und virtualisierte Vergesellschaftung *335*

Tanjev Schultz / Hartmut Weßler
Medien und Transnationalisierung *347*

Cornelia Bohn
Die Medien der Gesellschaft *365*

Sachregister *377*

Autorenverzeichnis *385*

Vorbemerkung

Die Idee für das vorliegende Buch entstand im Laufe des Jahres 2004, die Gesamtkonzeption nahm Ende desselben Jahres konkrete Formen an. Dass der Band innerhalb eines Zeitraums von weniger als zwölf Monaten realisiert werden konnte, ist zunächst der großen Disziplin der beteiligten Autorinnen und Autoren zuzuschreiben, denen hier an erster Stelle mein herzlichster Dank gilt. Ebenso danke ich Frau Emig-Roller vom Verlag für Sozialwissenschaften für die Aufnahme des Buchs in das Verlagsprogramm und die gute Zusammenarbeit.

Bei Projekten dieser Art sind in der redaktionellen Phase viele inhaltliche Detailfragen zu klären, die Nicole Zillien, Thomas Grund und Thomas Lenz in akribischer und vorbildlicher Weise gelöst haben. Ich möchte deren Engagement an dieser Stelle besonders hervorheben. Dank auch an Sabine Wollscheid, Tobias Schlömer und Christian Gerhards, die insbesondere in der Schlussphase dem Herausgeber mit Rat und Tat zur Seite standen.

Trier, im Oktober 2005 Michael Jäckel