
Mediensoziologie

Hanno Scholtz

Mediensoziologie

Eine systematische Einführung

 Springer VS

Dr. Hanno Scholtz
DCM, Universität Fribourg
Zürich, Schweiz

Soziologisches Institut,
Universität Zürich
Zürich, Schweiz

ISBN 978-3-658-26010-1 ISBN 978-3-658-26011-8 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-26011-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Verantwortlich im Verlag: Barbara Emig-Roller

Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Dieses Buch wäre nicht entstanden, wenn nicht Markus Zürcher mich als Nachfolger für den Lehrauftrag in Soziologie vorgeschlagen hätte, wenn nicht Louis Bosshart mich vor acht Jahren dafür angerufen hätte, und wenn nicht die Kollegen des Departments bei mir geblieben wären und meinen Lehrauftrag verteidigt hätten, auch als meine Vorlesung in der neuen Studienordnung explizit in Mediensoziologie umbenannt wurde.

Es wäre auch nicht entstanden, wenn nicht 2001–2009 Volker Bornschieer und später Claudia Honegger, Thomas Voss, Christiane Gross und Monika Jungbauer-Gans, sowie insbesondere mehrfach Thomas Hinz mich bei der Erlangung von (stets befristeten) Positionen unterstützt hätten, die mich Soziologe werden und sein ließen, und dies ohne den heute für solche Positionen notwendigen Nachweis ausreichender Veröffentlichungen in begutachteten Fachzeitschriften.

Es wäre nicht entstanden, wenn nicht inzwischen schon acht Generationen von Studierenden es ertragen hätten, Mediensoziologie in einer Form vorgestellt zu bekommen, die offen damit umging, immer wieder ein wenig neu und ungetestet und immer wieder noch unabgeschlossen zu sein – und das ja auch jetzt weiter bleibt.

Es würde nicht in der vorliegenden Form erscheinen, wenn nicht Manuel Puppis und insbesondere Otfried Jarren mir dazu verholfen hätten, es im Springerschen Programm unterzubringen.

Einer ausführlichen Diskussion mit Otfried Jarren verdankt die vorliegende Fassung auch inhaltlich viel. In der Schlussbearbeitung habe ich hilfreiche Kommentare durch Simone Hupfer, Chiara Bovigny und Denis Sorie sowie durch meine großartige und außerordentlich hilfreiche Lektorin Barbara Emig-Roller erhalten, bleibe aber natürlich für alle verbleibenden Fehler und Irrtümer selbst verantwortlich.

Ihnen allen gilt mein herzlicher Dank, dazu und noch viel mehr meiner Frau Mara, der dieses Buch in Dankbarkeit und Liebe gewidmet ist.

Inhaltsüberblick

1	Einführung	1
Teil I Medien und Akteure		
2	Handeln und Struktur	21
3	Erwartungen	43
4	Ressourcen	63
5	Motivationen	89
Teil II Die Realität der Medien		
6	Soziale Strukturen	115
7	Sozialstruktur und Lebensstile	135
8	Diskurse	159
9	Sozialer Wandel	179
10	Methoden	203
Teil III Mediale Produktion		
11	Beeinflussung	225
12	Die Rolle der Technik	245
13	Vernetzte Öffentlichkeit	267
14	Massenmediale Öffentlichkeit	287

Abschluss	309
Musterlösungen	311
Hinweise für Lehrende	329

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Das Feld mediensoziologischer Debatten	3
1.2	Was ist Soziologie?	5
1.3	Was sind Medien?	8
1.4	Die Struktur des Buches	11
	Literatur	17
 Teil I Medien und Akteure		
2	Handeln und Struktur	21
2.1	Die Handlung-Struktur-Differenz	22
2.2	Konventionen	23
2.3	Mediale Konstruktionen	27
2.4	Soziale Situationen als Spiele	31
	Literatur	41
3	Erwartungen	43
3.1	Information	43
3.2	Redundanz und Form	48
3.3	Framing	52
	Literatur	60
4	Ressourcen	63
4.1	Ressourcen und Kapital	64
4.2	Sozialkapital und Individualisierung	73
	Literatur	87

5	Motivationen	89
5.1	Motivation	90
5.2	Inhaltliche Theorien der Motivation	91
5.3	Motivationen der Mediennutzung	97
5.4	Werte und Wertewandel	102
	Literatur.	110
Teil II Die Realität der Medien		
6	Soziale Strukturen	115
6.1	Soziologische Erklärung	115
6.2	Institutionen und Organisationen	119
6.3	Differenzierungs- und Systemtheorien	125
	Literatur.	131
7	Sozialstruktur und Lebensstile	135
7.1	Mediensoziologie und Lebensstilforschung (1)	136
7.2	Klassen und Schichten	139
7.3	Sozialer Raum und Lebensstile	146
7.4	Gender	151
7.5	Medien und Lebensstile (2)	153
	Literatur.	156
8	Diskurse	159
8.1	Das Konzept der Moral Panic	160
8.2	Michel Foucault	163
8.3	Der Begriff des Diskurses	165
8.4	Diskursanalyse als Methode	169
8.5	Relativismus vs. Universalismus im Diskursbegriff	172
	Literatur.	176
9	Sozialer Wandel	179
9.1	Phasen der Sozial- und Mediengeschichte	179
9.2	Die Debatte über die Zweite Moderne	181
9.3	Modernisierung	187
9.4	Die Zweistufigkeit der europäischen Moderne	191
9.5	Mediensoziologie und sozialer Wandel	194
	Literatur.	198

10 Methoden	203
10.1 Phasen methodologischer Orientierung	204
10.2 Soziologie als empirische Sozialwissenschaft	207
10.3 Qualitative Methoden	209
10.4 Der Nachweis empirischer Zusammenhänge	214
Literatur	220
Teil III Mediale Produktion	
11 Beeinflussung	225
11.1 Kritische Theorie	226
11.2 Mediale Produktion und Beeinflussung	230
11.3 Kommunikatives Handeln	235
11.4 Öffentlichkeit und Politik	238
Literatur	243
12 Die Rolle der Technik	245
12.1 Technische Beeinflussung in der (medien-)soziologischen Theorie	246
12.2 Drei Aspekte des Internet	253
12.2.1 Prosumption/Produusage	253
12.2.2 Soziale Netzwerke und Isolation vs. Sozialkapital	256
12.2.3 Anonymität	259
Literatur	263
13 Vernetzte Öffentlichkeit	267
13.1 Partizipation und Aufmerksamkeit	268
13.2 Kollektives Handeln	271
13.3 Das Framing sozialer Bewegungen	278
13.4 Fragmentierung und Destabilisierung?	282
Literatur	285
14 Massenmediale Öffentlichkeit	287
14.1 Beeinflussung durch Massenmedien	288
14.2 Diskurse medialer Produktion	294
Literatur	303

Abschluss	309
Musterlösungen	311
Hinweise für Lehrende	329

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1.1	Das Schema der Makro-Mikro-Makro-Beziehungen von James S. Coleman (1986, S. 1322, bearb.)	7
Abb. 1.2	Mediensoziologie: Eine systematische Struktur.	14
Abb. 2.1	Die Konstruktion der Normalität von Verkehrsopfern (Vardi 2014)	28
Abb. 3.1	Die erwartete Temperaturverteilung an einem Apriltag vor und nach Lektüre des Wetterberichts	45
Abb. 3.2	Probematische Redundanz	49
Abb. 4.1	Erster Kuznets-Prozess steigender und fallender Ungleichheit (Lindert und Williamson 1985).	68
Abb. 4.2	Entwicklung sozialer Ungleichheiten in 16 Industriegesellschaften, 1968–2005	72
Abb. 4.3	Eulers Graphik zum Brückenproblem (1736)	74
Abb. 4.4	Die ‚Runaway Chain‘ in Moreno 1934	75
Abb. 4.5	Illustration zu Burts Begriff des strukturellen Loches	81
Abb. 4.6	Individualisierung als Verschiebung sozialer Kreise bei Georg Simmel.	82
Abb. 5.1	Maslows Bedürfnispyramide	96
Abb. 5.2	Die ‚Cultural map‘ der Werte mit sechs kulturellen Traditionen	107
Abb. 5.3	Veränderungen auf der ‚Cultural map‘ (Inglehart und Baker 2000, fig. 6)	108

Abb. 7.1	Determinanten unterschiedlicher Hörweisen in der Oper	136
Abb. 7.2	Bourdieu's Konzept des sozialen Feldes	147
Abb. 7.3	Bourdieu's empirische Füllung des sozialen Feldes in <i>Distinction</i> (Bourdieu 1979)	148
Abb. 10.1	Attraktivität und Mediennutzung (Allbus 2012)	217
Abb. 13.1	Ergebnistabelle aus Snow et al. (2007).	281

Tabellenverzeichnis

Tab. 1.1	Debatten der Mediensoziologie.	4
Tab. 1.2	Der Ablauf von Kommunikation.	11
Tab. 1.3	Debatten der Mediensoziologie und ihre Position im Buch.	15
Tab. 2.1	Spielmatrix für das Battle of the Sexes	33
Tab. 2.2	Spielmatrix für das Gefangenendilemma	35
Tab. 2.3	Aspekte der Handlungssituation in Spieltheorie und allgemeiner Handlungstheorie	40
Tab. 3.1	Framing: Das Urnenbeispiel von Tversky und Kahneman (1986)	52
Tab. 4.1	Vier Arten von Ressourcen	66
Tab. 4.2	Die Einführung verschiedener Kapitalbegriffe	70
Tab. 4.3	Kapitalbegriffe der Handlungstheorie und bei Pierre Bourdieu im Vergleich	70
Tab. 4.4	Die vier Arten von Sozialkapital.	79
Tab. 5.1	Abgrenzung Präferenzen, Ziele, Motivation.	90
Tab. 5.2	Vier Motivationshormone	93
Tab. 5.3	Charakteristiken guter Stories (Schudson 1989).	99
Tab. 5.4	Zwei Dimensionen des Wertwandels bei Inglehart und Baker (2000).	105
Tab. 6.1	Termini zum Schema der soziologischen Erklärung.	117
Tab. 6.2	Spielmatrix für das Gefangenendilemma mit Mafia.	120
Tab. 6.3	Aspekte von Organisationen verschiedener Bereiche.	125
Tab. 6.4	Parsons Entwicklung der vier Systemfunktionen in Structure of Social Action und The Social System.	127
Tab. 6.5	Differenzierungsformen nach Niklas Luhmann	128

Tab. 6.6	Systemspezifische Codes und generalisierte Kommunikationsmedien bei Niklas Luhmann	129
Tab. 7.1	Erikson-Goldthorpe-Portocarero-Klassenschema (Erikson et al. 1979)	145
Tab. 7.2	Die beiden Hauptdimensionen im EGP-Klassenschema (teils mit Beispielen)	146
Tab. 7.3	Vier Milieus und ihr soziales Feld bei Schulze (1992)	151
Tab. 7.4	Innovationsschübe der Sozialstrukturanalyse	153
Tab. 8.1	Fragestellungen der Diskursanalyse	171
Tab. 8.2	Jürgen Habermas' normative Anforderungen: Die Diskursethik in Faktizität und Geltung im Vergleich mit der Theorie des kommunikativen Handelns	174
Tab. 9.1	Phasen der Menschheits- und Mediengeschichte	180
Tab. 9.2	Gegenüberstellung von Postmoderne und Radikaliserter Moderne bei Anthony Giddens (1990)	184
Tab. 9.3	Gegenüberstellung von Heavy modernity und Liquid modernity bei Bauman (2000)	185
Tab. 9.4	Entwicklung des globalen Pro-Kopf-Einkommens, 1-2008 (Maddison 2010).	188
Tab. 9.5	Vier zentrale Autoren der Zweite-Moderne-Debatte, nach wesentlichem geographischem und temporalem Analysehorizont	196
Tab. 10.1	Entwicklung moderner Wissenschaftskonzeptionen.	206
Tab. 10.2	Die Struktur sozialwissenschaftlichen Arbeitens	209
Tab. 10.3	Sicherstellung von Offenheit und Reflexivität in vier qualitativen Methoden.	214
Tab. 10.4	Attraktivität und Medienkonsum, Regressionstabelle.	219
Tab. 11.1	Gegenüberstellung der kulturellen Produktion in Liberalismus und Spätkapitalismus bei Horkheimer/Adorno	229
Tab. 11.2	Die Kritische Theorie innerhalb der Soziologie (Burawoy 2005).	231
Tab. 11.3	Vier zentrale Problemfelder medialer Produktion, plus die Impulse der Kritischen Theorie	235
Tab. 11.4	Kommunikatives Handeln (Habermas 1981)	237
Tab. 12.1	„Heiße“ und „kalte“ Medien bei McLuhan	250
Tab. 12.2	Einige Begriffe der Akteur-Netzwerk-Theorie	252
Tab. 12.3	Typen von Internetunternehmen	254

Tab. 12.4	Probleme vernetzter Produktion und Lösungen durch SNS-Plattformen	257
Tab. 13.1	Kennzeichen erfolgreich zur Weitergabe animierender Inhalte	271
Tab. 13.2	Definitionsaspekte sozialer Bewegungen bei McAdam/Snow	273
Tab. 13.3	Entwicklungsstadien sozialer Bewegungen (Tilly 1978)	274
Tab. 13.4	Drei Typen kollektiven Handelns	277
Tab. 14.1	Rangreihenfolgen in Arrows Paradox of Social Choice	291
Tab. 14.2	Drei Systeme der Massenkommunikation	299

Beispiele

Fallbeispiel 1	Die mediale Konstruktion von Verkehrsrisiken	29
Fallbeispiel 2	Konstruktion von Identität in Kroatien	30
Beispiel 3	Der Wetterbericht.	44
Fallbeispiel 4	Framing im Urnenproblem	53
Fallbeispiel 5	Asean disease (Tversky und Kahneman 1986)	54
Fallbeispiel 6	Harvey Weinstein.	56
Fallbeispiel 7	Netzwerke und Flucht aus einem Kinderheim.	74
Beispiele 8	Beispiele für Werte	102
Fallbeispiel 9	Max Webers Protestantismus-These	117
Fallbeispiel 10	Weltwirtschaftskrise, Arbeitslosigkeit und Wahl der NSDAP 1932	118
Fallbeispiel 11	Klientelismus und journalistische Professionalität	119
Beispiel 12	Von der Freundesgruppe zur Organisation	122
Fallbeispiel 13	Determinanten des Opernbesuches	136
Fallbeispiel 14	Jane Goody	154
Fallbeispiel 15	Mods und Rockers, die erste analysierte Moral Panic	160
Fallbeispiel 16	Die Darstellung von Vietnamesen in der australischen Presse	171
Fallbeispiel 17	Durkheims Selbstmordstudie.	207
Fallbeispiel 18	Attraktivität und Mediennutzung.	216
Fallbeispiele 19	Die mediensoziologische Wirkung des Öffentlichkeitskonzepts	241
Fallbeispiele 20	Beispiele der Akteur-Netzwerk-Theorie	251
Fallbeispiele 21	Beispiele für Prosumption	255

Fallbeispiele 22	Das Spannungsfeld zwischen Anonymität und Normgeltung	260
Fallbeispiel 23	Die Internationale Kampagne für einen Bann von Landminen.	275
Wdh. Fallbeispiel 6	Frame amplification im Fall Weinstein	279
Fallbeispiel 24	Das Framing von Banlieue-Krawallen 2005	280
Beispiel 25	Einfache zirkuläre Präferenz als Grundlage für Agenda setting	291
Fallbeispiel 26	#iranianrevolution und der Tod von Michael Jackson.	292
Fallbeispiel 27	Alfred Hugenberg und die Presse der Weimarer Republik.	294