

Inhalte der Lehrveranstaltung Kommunikationssoziologie – KSOZ

Inhalte

Grundbegriffe der Kommunikationssoziologie
soziologische Vielschichtigkeit des Kommunikationsbegriffes
Reflexion von Kommunikationssituationen
Hintergründe individueller und gesellschaftlicher Kommunikationsprozesse
Annäherung an die Prozesse der Massenkommunikation
Rollenkonzept in unterschiedlichen Theoriewinkeln
Rolle und Status
Gruppe
Kulturtheorien
Wertewandel
Zivilisationstheorie
Strukturalistischer Konstruktivismus
Kritische Theorie
Sozialisation
Grundlagen der Systemtheorie

Über die VO: KSOZ – Kommunikationssoziologie

(Jürgen Grimm)

Themen und Ziele der Vorlesung

Kommunikationssoziologie beschäftigt sich mit der **gesellschaftlichen Einbettung** und den **gesellschaftlichen Folgen** printbasierter, elektronischer oder computergestützter Medienkommunikationen. Die Postulate der gesellschaftlichen Bedingtheit einerseits und der Wirkungen in der Gesellschaft andererseits gelten für alle Kommunikationsgattungen: wie z. B. *persuasive Formen der Kommunikation* (Werbung, Public Relations und politische Propaganda), *diskursanwaltliche Kommunikationen* (Journalismus und Aufklärungskampagnen) sowie für *offene Formen der Kommunikation* (z. B. Fernsehunterhaltung und Dialogforen im Internet).

In manchen Fällen sind die gesellschaftlichen Aspekte von Medienkommunikation Bestandteil der Kommunikator-Absicht. Dies gilt z. B. dann, wenn eine ganz bestimmte Veränderung des gesellschaftlichen Verhaltens herbeiführt werden soll (durch eine Kampagne für die Anwendung von Sicherheitsgurten bzw. zwecks Aufklärung über die Gefahren des Rauchens u. ä. m.); oder die kommunikationspolitische Initiative zielt direkt auf den Zusammenhalt in der Gesellschaft und die Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Strukturen (indem etwa für Demokratie, Toleranz und Gewaltfreiheit geworben wird).

In anderen Fällen kommt die gesellschaftliche Dimension als verstärkender oder behindernder Faktor ins Spiel, ohne dass die Kommunikatoren selbst gesellschaftliche Verhältnisse beeinflussen wollen. Wenn z. B. ein Kinofilm, der auf Massenunterhaltung zielt, bestimmte Normen und Werte missachtet, gerät er in Konflikt mit Institutionen des Jugendschutzes. Wenn eine Öl-Firma, die zuallererst am Kerngeschäft interessiert ist, massiv Sicherheitsstandards verletzt (siehe z. B. das Versagen von BP beim Bohrloch-Unfall vor der Küste Floridas im April 2010), erzeugt dies eine Krise der Unterneh-

menskommunikation, die bis zum Ruin des Unternehmens führen kann. Werbung, die nicht in notwendigem Maße auf Trends der gesellschaftlichen Entwicklung Rücksicht nimmt (z. B. im Bereich sich verändernder Geschlechtsrollen), bleibt mit ihren kommunikationspolitischen Maßnahmen zumindest im suboptimalen Bereich. Andererseits kann die Effektivität der Werbung durch glaubwürdige Rekursionen auf gesellschaftlich relevante Themen wesentlich gesteigert werden. Die Beachtung der gesellschaftlichen Dimension der Medienkommunikation ist daher eine Schlüsselfrage erfolgreichen Kommunizierens überhaupt.

Ziel der Vorlesung ist es, in grundlegende theoretische Konzepte von Gesellschaft einzuführen und ihre kommunikationswissenschaftliche Relevanz in diversen Anwendungsfeldern persuasiver, diskursanwaltlicher und unterhaltender Kommunikationen zu verdeutlichen.

Behandelt werden u. a.

- Modelle der Massenkommunikation in soziologischer Perspektive,
- Grundbegriffe der Kommunikationssoziologie wie Gesellschaft, System, Struktur, Funktion, Gruppe und Rolle,
- Sozialer Kontext von Kommunikation
- Abgrenzung von anderen Perspektiven in der Kommunikationswissenschaft

Die Vorlesung gliedert sich in einen makrosoziologischen Teil (Systemtheorie, Kritische Theorie) und in einen mikrosoziologischen Teil (Interaktionssoziologie, Lebenswelttheorie), die als komplementäre Ansätze betrachtet und in enger Verzahnung mit Fragen der Kommunikationspraxis behandelt werden. Für erfolgreiches kommunikatives Handeln sind Kenntnisse über Prozesse in Kleingruppen ebenso bedeutsam wie das Wissen über gesamtgesellschaftliche Entwicklungen und Grundwerte. Der Schwerpunkt der Ausführungen liegt auf den "Klassikern" der Soziologie, sofern sie für kommunikationswissenschaftliche Problemsstellungen anschlussfähig sind und für die Kommunikationswissenschaft einen essenziellen Beitrag zu leisten vermögen. Dies wird an Beispielen aus der Kommunikationsforschung unter Bezugnahme auf Probleme der Kommunikationspraxis exemplifiziert.

In allen Teilen der Vorlesung steht die Frage nach der **integrativen Funktion der Medien** für die Gesellschaft im Mittelpunkt. Dies bedeutet zunächst, auf *Prozesse der Bildung und Veränderung von Moral* einzugehen, an denen sich professionelle Kommunikatoren (Journalisten, PR-Fachleute) beteiligen und von denen der Zusammenhalt in der Gesellschaft wesentlich mitbestimmt wird. Zugleich müssen die Kommunikatoren bei der Verfolgung ihrer „vormoralischen“ Ziele (Ökonomie, Politik) Moral als gesellschaftliche Machtressource in gewissem Maße berücksichtigen, um die Chancen auf strategische Zielerreichung zu wahren. Erörtert wird u. a. die Frage, mit welchen kommunikativen Mitteln Moralbildung gesteuert werden kann und welche Komplikationen auftreten, wenn im Rahmen persuasiver Strategien Moralprozesse nicht hinreichend beachtet werden.

Die integrative Funktion lässt sich freilich nicht auf Moral und auch nicht auf Konsens und Kompromiss reduzieren. Sie schließt vielmehr in komplexen modernen Gesellschaften notwendig *Konfliktkommunikationen* ein. Ein wesentlicher Teil der Integrationsleistung von Medien besteht darin, vorhandene gesellschaftliche Konflikte zu thematisieren und damit einer weiteren Bearbeitung zugänglich zu machen. Allerdings müssen Konflikte zur Wahrung ihrer sozialen Funktion zumindest insoweit eingeeengt werden, dass sie keine gewaltsamen Austragungsformen provozieren oder andere für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zerstörerischen Entwicklungen in Gang setzen. Für die Demokratie ist von ausschlaggebender Bedeutung, dass Medien neben der Konflikt-Thematisierung zur gewaltfreien Kanalisierung von Konflikten und deliberativen Problembewältigung beitragen.

Diese Überlegungen und Zusammenhänge spiegeln sich auch in der Gliederung der Vorlesung KSOZ „Kommunikation und Gesellschaft – Einführung / Modelle der Massenkommunikation“ wider:

Teil 1: Integration der Gesellschaft

- Was die Gesellschaft zusammenhält 1: Pioniere der soziologischen Forschung und Theorienbildung (Durkheim, Tönnies, Geiger, Weber)
- Was die Gesellschaft zusammenhält 2: Integration durch Konflikt (Simmel, Coser, Dahrendorf, Giesen, Dubiel)
- Medien und Integration: Grundlegende Modelle / Berichterstattung über Ausländer / Integration und Unterhaltung (Jäckel, Weißler, Delgado, Ruhrmann, Dörner)
- (Des-)Integration durch Mediengewalt (Brosius & Esser, Kunczik & Zipfel, Grimm)

Teil 2: Makrosoziologische Perspektive

- Systemtheoretische Konzepte: Gesellschaftssystem und die „Realität“ der Massenmedien (Parsons, Luhmann)
- Kritische Theorie 1: Kommunikationen zwischen Systemstabilisierung und Opposition (Frankfurter Schule, Cultural Studies)
- Kritische Theorie 2: Struktur der Öffentlichkeit und Theorie des kommunikativen Handelns (Habermas)

Teil 3: Mikrosoziologische Perspektive

- Lebensweltperspektive 1: Strukturen der Lebenswelt und Motivation (Schütz)
- Lebensweltperspektive 2: Interaktion – Identität – Moral (Mead, Goffman, Bermann & Luckman)

Teil 4: Mikro-Makro-Analysen gesellschaftlicher Kommunikation

- Mikro- und Makroebene sozialwissenschaftlicher Erklärung (Coleman)
- Medienwirkungen in der Gesellschaft: Mikro- und Makroeffekte des Agenda Setting / Journalismus in der Demokratie / Kultivierung durch Medien / Geschichtsvermittlung durch Medien

Grundlagenliteratur

Goffman, Erving (2002): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag, 10. Aufl. (1. Aufl. 1983). – Zürich: Piper.

- Grimm, Jürgen (2008): Medienwirkungsforschung. In: Uwe Sander, Kai-Uwe Hugger, Friederike Gross (Hg.), Handbuch Medienpädagogik. – Wiesbaden: VS Verlag, S.314-327.
- Habermas, Jürgen (1985): Theorie des kommunikativen Handelns, Bd. 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung; Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, 3. Aufl. (zuerst 1981). – Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Jäckel, Michael (2005) (Hg.): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. - Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mead, George Herbert (1973): Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. Eingeleitet und hg. von Charles W. Morris. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Parsons, Talcott. (1975): Gesellschaften. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Schütz, Alfred, Thomas Luckmann (1979, 1984): Strukturen der Lebenswelt Band 1.- Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1979; Band 2.- Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1984
- Simmel, Georg (1999): Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, hg. von Otthein Rammstedt (Gesamtausgabe Bd.11, 3. Aufl. (zuerst 1908). – Berlin: Duncker und Humblot.
- Willke, Helmut (2000): Systemtheorie I: Grundlagen, 6., überarbeitete Aufl. – Stuttgart: Lucius&Lucius. Reihe UTB 1161.