

Sektion
„Medien- und Kommunikationssoziologie“

Call for Papers

Steuerung und Selbstregulierung im Feld der Medien

31. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie
7.-11. Oktober 2002 in Leipzig

Sowohl auf der Ebene der Strukturen des Mediensystems als auch auf der Ebene spezifischer Angebote zeigt sich, dass die gesellschaftlichen Erwartungen an die Funktion der Medien und die damit verbundenen (politischen) Ziele immer schwerer zu vermitteln sind. Medien als Teil eines Prozesses sozialer Integration zu verstehen, ist immer auch Ausdruck einer Einheitsvorstellung gewesen, die im Sinne einer Begrenzung von Differenzierungsphänomenen wirken sollte. Unverkennbar hat in den letzten Jahren der Ruf nach einer Selbststeuerung der damit einher gehenden Anforderungen zugenommen. Ungeachtet des ‚Gottesgerichts der Einschaltquote‘ (Bourdieu) gilt dies sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Und dies angesichts eines Vorgangs, der neutral als Vervielfachung beschrieben werden kann. Wenn in diesem Zusammenhang auf normative Aspekte Bezug genommen wird, wird immer häufiger eine inhaltliche Präzisierung des damit gemeinten Sinns eingefordert.

Beispielsweise geraten bisherige Vorstellungen einer Medienordnung durch ökonomische und technologische Veränderungen unter einen zunehmenden Legitimationsdruck: Global agierende Akteure bestimmen den Medienmarkt und technische Innovationen (Internet, Digitaler Rundfunk) verändern Formen und Inhalte der Kommunikation in immer kürzeren Abständen. Zugleich nehmen auf Partizipation angelegte Felder der Mediennutzung zu, die neue Formen der Vergesellschaftung begründen und klassische Sender-Empfänger-Relationen ergänzen bzw. modifizieren. Die Institutionen, die für die Gestaltung der Medien geschaffen wurden (Medienrecht, Landesmedienanstalten, KEK usw.), werden von der tatsächlichen Entwicklung immer wieder zu Korrekturen und Anpassungen veranlasst. Abgrenzungsversuche von Medien- und Rundfunkdiensten werden schwieriger. Die Steuerungsproblematik wird hier offensichtlich.

Auch in diesem Kontext wird als wirksamstes Korrektiv die Forderung nach einer Selbstregulierung der Akteure laut. Was marktwirtschaftlich betrachtet plausibel erscheinen mag, kann für die zuständigen Institutionen einer Aufforderung zum Regulierungsverzicht gleichkommen. Hier wäre zu fragen, ob dies aus soziologischer Perspektive sinnvoll sein kann.

Analoges gilt für die Rolle des Mediennutzers. Denn im Zuge eines Anstiegs problematischer Medienangebote wird vor allem auch an dessen Medienkompetenz appelliert. Es wird auf Verzichtsbereitschaft hingewiesen und Selbstverantwortung eingefordert. Wer im Hinblick auf notwendige

Sozialisierungserfahrungen die Förderung von Vor-Einstellungen betont, sieht sich Argumenten gegenüber, die auf bereits in frühen Jahren beobachtbare souveräne Formen des Umgangs mit Medien hinweisen. Noch nicht einmal Kunde, aber bereits König.

Diese Problematik ist auch dann virulent, wenn Akteure im Glauben an die Steuerbarkeit der öffentlichen Meinung selbst zum Opfer der eigenen Inszenierung werden. Dies gilt sowohl für die mehr oder weniger bereitwillig erfolgende Zusammenarbeit von Laien mit Anbietern von Formaten, die den Alltag in all seinen Facetten darstellen wollen, als auch für das Feld der politischen Kommunikation.

Wenn Sie sich an der Gestaltung dieser Sektionsveranstaltung beteiligen möchten, senden Sie bitte einen max. 2-seitigen Abstract in elektronischer Form an die folgenden Adressen:

- Prof. Dr. Michael Jäckel, Universität Trier, Fachbereich IV Soziologie-AMK, 54286 Trier. e-mail: jaeckel@uni-trier.de
- Prof. Dr. Angela Keppler, Universität Mannheim, Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft, 68131 Mannheim: e-mail: keppler@uni-mannheim.de

Einsendeschluss ist der 15.04.2002.

Das Ergebnis der Begutachtung wird spätestens am 15.05.2002 vorliegen. Das Programm der Sektionsveranstaltung wird im nächsten Rundbrief (voraussichtlich Juni 2002) veröffentlicht.