

# Medialisierung, Systeme und Organisationen

*Ein Re-Arrangement von Theorie und eine Replik auf Michael Meyens „Medialisierung des deutschen Spitzfußballs“ in M&K 3/2014*

Anna M. Theis-Berglmair

*Viele Medialisierungsansätze bauen auf dem Konzept einer modernen Gesellschaft als funktional differenzierte Gesellschaft auf. Auch das Sportsystem wird als ein solches Funktionssystem erachtet, dessen Akteure sich im Verlauf der Jahre jedoch immer stärker an der Handlungslogik der Massenmedien orientieren würden, so zuletzt Michael Meyen in M&K 3/2014. Empirische Daten scheinen diesen Sachverhalt zu bestätigen. Die Autorin kritisiert die in verschiedenen Medialisierungskonzepten verwendete Überlagerungsmetapher und plädiert dafür, nicht von einer „Verlagerung“, „Verschmelzung“ oder „Verschleierung“ von Systemlogiken zu sprechen, weil sie der Architektur der Systemtheorie widersprechen. Stattdessen wird ein Modell vorgeschlagen, das die kommunikative Bearbeitung unterschiedlicher Systemlogiken in multireferenziellen Organisationen in Form von Tottasting und Tremasetzung in den Blickpunkt rückt.*

**Schlüsselwörter:** Medialisierung, Systemtheorie, Tottasting, Tremasetzung

Unter dem Begriff der „Medialisierung“ (manchmal auch „Mediatisierung“) wird in der Kommunikationswissenschaft seit Längerem der Beobachtung Ausdruck verliehen, dass die Existenz eines ausdifferenzierten Funktionssystems der Massenmedien sich auf andere Funktionssysteme dergestalt auswirke, dass diese sich an deren (meist dual konzipierte) Eigenlogik „anpassen“, indem „die Akteure innerhalb eines sozialen Funktionssystems“ (Meyen 2014: 391, Hervorh. ATB) diese massenmediale Logik in ihrem Handlungskalkül verstärkt berücksichtigen. Eben dieses möchte Michael Meyen in seinem Beitrag „Medialisierung des deutschen Spitzfußballs – eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik der Massenmedien“ aufzeigen. Anhand von Dokumentenanalysen und Experteninterviews kommt er zu interessanten empirischen Ergebnissen, die durchaus geeignet sind, sog. „Medialisierungsphänomene“ zu belegen, die, wie er selbst konzidiert, oft mit Tendenzen der Kommerzialisierung einhergehen. Insofern ist an der empirischen Analyse gar nichts auszusetzen. Problematisch indes ist das theoretische Fundament seiner Analyse, aber auch das vieler anderer Medialisierungsansätze. Insofern reicht diese Kritik über den vorliegenden Beitrag hinaus. Dass ausgerechnet diese Publikation herausgegriffen wird, um die Argumentationslogik der Medialisierungsforschung zu hinterfragen, liegt darin begründet, dass Meyen viele in der Kommunikationswissenschaft relevante Phänomene aufgreift und sie in einen Zusammenhang bringt, der nicht so recht zu dem an verschiedenen Stellen seiner Argumentation eingebrachten systemtheoretischen Begriffsapparat passt. Andererseits würden seine Ergebnisse noch spannender, wenn man in systemischer Hinsicht nicht bei Schimanks Akteur-Struktur-Dynamiken stehen bliebe, sondern sich intensiver mit dem Verhältnis von Funktionssystem und Organisation (!) auseinandersetzen und dabei auch andere sozialwissenschaftliche Diskussionen berücksichtigen würde.

### Eingeschränkte Erklärungskraft von Konzepten

Als Systemtheoretikerin ist man ohnehin überrascht, was Meyen in seinem Beitrag an Begriffen und Konzepten an den Leser heranträgt: Neben der „Medialisierung“ geht es um die Frage der „langfristigen Medienwirkungen zweiter Ordnung“ (ebd.: 377). Warum benötigt man dieses Konzept? Es geht um die „sich wandelnde Handlungslogik der Massenmedien“ (ebd.) (offen bleibt dabei, ob er die Programme oder den Code meint), „[...] die sich mit den Akteurskonstellationen ändert und nicht in jedem Land gleich sein muss“ (ebd.: 381). Aber: Funktionssysteme kennen keine Ländergrenzen. Die „Handlungslogik des [massenmedialen, ATB] Systems [habe sich] nach der Kommerzialisierung des Rundfunks in Westeuropa in Richtung Kommerz verschoben“ (ebd.: 381). Letzteres würde die Medialisierung ad absurdum führen, weil es nicht mehr um die Logik der Medien, sondern um die der Ökonomie ginge. Meyen wartet hier mit einer anderen Erklärung auf, nämlich dass die Medialisierung „[...] die Politisierung oder die Kommerzialisierung eines sozialen Funktionssystems *verschleiern*“ könne (ebd., Hervorh. ATB). Zu guter Letzt (S. 392) werden noch normative Aspekte ins Feld geführt: „Wenn sich die Handlungslogik eines nationalen Massenmediensystems vom normativen Pol in Richtung Publikumswünsche bewegt [...], dann ist mit der Medialisierung eines sozialen Funktionssystems zugleich seine Kommerzialisierung verbunden“.

Am Beispiel dieses Argumentationsbündels zeigt sich, wie problematisch es sein kann, immer nur punktuell, aber nicht konsequent auf eine Systemtheorie zurückzugreifen, die im Verein mit der Differenzierungstheorie von der Existenz eigenständiger Funktionssysteme und der ihr eigenen Handlungslogik (alias Operationsweise) als Merkmal moderner Gesellschaften ausgeht. Dabei sind Beobachtungen, wie sie im Rahmen der Medialisierungsdebatte und auch im vorliegenden Beitrag von Meyen thematisiert werden, unübersehbar. Aber kommen wir zur Erklärung der beschriebenen Phänomene mit Formulierungen wie „Anpassung von sozialen Funktionssystemen“ (ebd.: 377) oder „Änderung von Handlungslogiken“ (ebd.: 381) weiter? Immerhin geht die systemtheoretisch modifizierte Differenzierungstheorie davon aus, dass der operative Code eines ausdifferenzierten Funktionssystems gleich bleiben muss, wenn der Systemcharakter erhalten bleiben soll. Demgegenüber können sich die darauf basierenden Programme sehr wohl ändern, was sich gemeinhin auf der Organisationsebene vollzieht. Diesbezüglich bleibt unscharf, auf was sich die von Meyen konstatierte geänderte „Handlungslogik des Mediensystems“ bezieht, auf die Ebene der Funktionssysteme oder auf die Ebene der Programme, womit Organisationen angesprochen wären. Erstere ist in der Architektur der Systemtheorie nicht vorgesehen und somit theoretisch nicht möglich. Wenn man wie Meyen (in Anlehnung an Schimank 1988) Funktionssysteme als Orientierungshorizonte begreift, ist ohnehin nicht ersichtlich, wie man von der „Handlungslogik“ eines „sozialen Funktionssystems“ sprechen kann. Funktionssysteme sind keine „kommunikative Adresse“ (Fuchs 1997); sie sind eher als „Sinnprovinzen“ zu verstehen. Schimanks Bezeichnung von gesellschaftlichen Teilsystemen als „Akteurfiktionen“ (1988) führt hier eher in die Irre. Nur Kinder schreiben „An das Christkind“. Die „Politik“, die „Wirtschaft“ oder die „Massenmedien“ sind als solche nicht adressierbar – im Gegensatz zu Organisationen und Personen.

Dieser Sachverhalt war (und ist z. T. auch heute noch) kein besonderer Anlass für Reflexion, weil in der systemtheoretischen Denkweise Organisationen meist selbstverständlich einem bestimmten Funktionssystem zugeordnet werden: Parteien dem politischen System, Fußballvereine dem System des Sports, Unternehmen dem Wirtschaftssystem etc. Symptomatisch hierfür ist die Aussage von Schmidt (2000: 123; Hervorh. ATB): „Unternehmen können als selbstorganisierte Sozialsysteme *im* gesellschaftlichen

Funktionsbereich Wirtschaft beschrieben werden, die sich – wie das Wirtschaftssystem insgesamt – an der Leitdifferenz zahlen/nicht zählen orientieren“. Eine solche theoretische Modellierung weist Organisationen, die mehr als nur einer Funktionslogik entsprechen, konsequenterweise den Status von „Sonderfällen“ zu. Dazu zählen beispielsweise Organisationen wie Universitäten, die nicht nur dem Wissenschafts-, sondern auch dem (Aus-)Bildungssystem „zuzuordnen“ sind. Medienorganisationen operieren sowohl nach der publizistischen bzw. der massenmedialen wie auch der ökonomischen Logik. Diese „Besonderheit“ von Medienorganisationen wird im kommunikationswissenschaftlichen Schrifttum ja auch immer wieder betont.

### *Organisationen sind nicht Teil eines Funktionssystems*

Organisationen sind aber nicht, wie die Ausführungen Luhmanns (2000: 405) und anderer Systemtheoretiker (aber auch die der meisten Institutionalismustheoretiker) es nahelegen, bestimmten Funktionssystemen „zugeordnet“, sondern müssen als *multireferentiell* (Wehrsig/Tacke 1992) und vor allem als völlig eigenständiger Sozialtypus gedacht werden. Organisationen und Funktionssysteme haben sich zwar parallel zueinander entwickelt (Lieckweg/Wehrsig 2001), das heißt aber nicht, dass ein Sozialtypus (Organisation) in dem anderen (Funktionssystem) aufginge<sup>1</sup>. Genau diesen Eindruck vermittelt aber die kommunikationswissenschaftliche Diskussion um die Medialisierung: Meyen (2014) differenziert zwar zwischen Mikro-, Meso- und Makroebene, wobei die Mikroebene die Strategien von Akteuren auf dem Platz (Trainer, Transfers, Medientraining) umfasst, die Mesoebene PR-Aktivitäten und Stadien von Bundesligavereinen und die Makroebene Rhythmen und Regeln, wie sie vom Weltfußballverband (FIFA) festgelegt werden. Bundesligavereine und Weltfußballverband zählen aber beide zum Sozialtyp Organisation, auch wenn die FIFA sozusagen die Metaprogramme bestimmt, auf deren Basis die Programme der Bundesligaverbände entworfen werden. Dass die Makroebene des Funktionssystems in dieser Argumentation fehlt, kann als Zeichen für eine fehlende Differenzierung zwischen Funktionssystem und Organisation gewertet werden. Die Ineinsetzung von Funktionssystemen und (zugeordneten) Organisationen ist auch bei anderen Autoren zu beobachten. So beschreibt Pöttker (2010: 122, Hervorh. ATB) die „Mediengesellschaft“ als eine Sozialstruktur, „[...] in der die Produktion von öffentlicher Wahrnehmung und daran orientierten Handlungskalkülen zu Faktoren geworden sind, die die Eigenlogiken der *Politik*, des *Sports*, der *Wissenschaft* und anderer Handlungsfelder dominieren“. Solche „Überlagerungsphänomene“ bezeichnet er als „Medialisierung“, „[...] womit gemeint ist, dass z. B. *politische Parteien* nicht ihre kompetentesten, sondern ihre telegensten Mitglieder als Kandidaten aufstellen, dass *Fußballverbände* ihre Spielpläne am Rhythmus der Einschaltquoten und nicht der Sportler ausrichten, dass *Professoren* lieber Interviews geben als sich um ihre Studierenden zu kümmern usw.“. Eine derartige Argumentation birgt unübersehbar einen gewissen Medienbias in sich: Die Medienlogik dominiert alle anderen Logiken. Genauso gut könnte man von einer „Ökonomisierung“, einer „Politisierung“ oder einer „Verrechtlichung“ sprechen, wofür man im soziologischen Schrifttum ja auch hinreichend Beispiele findet. Viel weitreichender sind aber die theoretischen Konsequenzen einer solchen Argumentation: Man sägt sich nämlich den Ast ab, auf dem die Argumentation aufbaut (die Theorie der funktionalen Differenzierung), um dann schließlich bei dem Begriff der „Ent-

1 Anmerkung am Rande für die PR-Geschichtsschreibung: Wenn auch Organisationen als ein Kennzeichen der Moderne erachtet werden, ist es müßig, organisationale PR zeitlich früher zu verorten.

Differenzierung“ zu landen. Das ist alles nicht wirklich befriedigend, zumal sich in dieser Argumentationskette kaum interessante Möglichkeiten für eine kommunikationswissenschaftliche Forschung ergeben (auch wenn Meyen das mit seinem Beitrag intendiert). Aber was ist die Alternative?

### *Organisationen als Kontinente auf dem Meer von Funktionssystemen*

Ein Ausweg aus dem Dilemma ergibt sich, wenn man die systemtheoretisch modellierte Theorie der funktionalen Differenzierung ernst nimmt, die eigenständige Logik der einzelnen Funktionssysteme als unveränderbar, weil systemeigen und -konstituierend begreift und die Funktionssysteme als Sinnprovinzen (nicht als Akteure, auch nicht als Akteurfktionen) versteht. Darüber hinaus ist eine Organisation als eigenständiger Sozialtypus zu konzipieren, der multireferenziell agiert. Bildlich gesprochen könnte man *Organisationen als Kontinente auf dem Meer der Funktionssysteme* verstehen. Graphisch umgesetzt hat diesen Sachverhalt<sup>2</sup> bislang am besten Scarlett Schneider in ihrer Dissertation über „Grenzüberschreitende Organisationskommunikation“ (2010). Auch Organisationen des Sports können als solch multireferenzielle Organisationen beschrieben werden, deren Umrisse sich im Zeitablauf ändern können, indem sie etwa die ökonomische und/oder die massenmediale Logik stärker bei ihren Entscheidungen berücksichtigen als das in früheren Zeiten der Fall war. Diese Entwicklung würde durch Meyens Datenmaterial empirisch gestützt.

Abbildung 1: *Die Sportorganisation als Kontinent im Wandel der Zeit*



Bei den verschiedenen Organisationen lassen sich zwar durchaus dominante Codes erkennen; diese sind jedoch nicht die einzigen relevanten in einer Organisation. Wie Meyen in seinem Beitrag zeigt, haben Fußballvereine und -verbände im Laufe der Jahre ihre Entscheidungen zunehmend an medialen und ökonomischen Kriterien ausgerichtet,

2 Nach mehreren Anläufen und Diskussionen im Bamberg Doktorandenkolloquium. Die grundlegende Idee von multireferenziellen Organisationen geht freilich auf Wehrsig/Tacke (1992), nicht auf Schneider (2010) zurück. Allerdings verwenden alle genannten Autoren eine andere Semantik als die hier vorgeschlagene.

wodurch sich die kontinentalen Umrisse der Sportorganisationen deutlich verändert haben.

Während Meyen (und andere Forscher) sich mit ihren Medialisierungskonzepten schwertun zu entscheiden, ob man es bei den beobachteten Phänomenen nicht doch eher mit einer Ökonomisierung zu tun hat, bietet das hier vorgestellte Kontinentmodell die Möglichkeit, die verschiedenen Logiken der Funktionssysteme beizubehalten. Während Funktionssysteme ihre jeweiligen spezifischen „Sinnprovinzen“ produzieren und Sachverhalte ausschließlich unter politischen, ökonomischen, rechtlichen, wissenschaftlichen oder publizistischen Aspekten beurteilen, sind Organisationen ein Ort, an dem mehrere dieser Sinnprovinzen zusammenlaufen. So gesehen ließen sich Organisationen durchaus als Orte der „Integration“ moderner Gesellschaften beschreiben, aber nicht so verstanden, dass die unterschiedlichen Funktionslogiken miteinander verschmelzen oder gar zu einem Einklang gebracht würden. Das hat offensichtlich Meyen (2014: 389) im Sinn, wenn er davon spricht, dass Schimanks Theorie es erlaube, „verschiedene Orientierungshorizonte zu integrieren“. Genau darum kann es nicht gehen, denn die Unterschiede zwischen den verschiedenen Sinnprovinzen und den sie kennzeichnenden operativen Codes bleiben ja weiterhin bestehen. Deshalb erachte ich den Integrationsbegriff an dieser Stelle als problematisch und habe ihn in Anführungszeichen gesetzt. Um den Sachverhalt einer Bearbeitung unterschiedlicher Systemlogiken zum Ausdruck zu bringen, bedarf es daher einer anderen Begrifflichkeit.

### *Integration oder Tottasting und Tremasetzung?*

Gleichwohl ist es wichtig, den Integrationsbegriff zu erwähnen. Denn die Theorie der funktionalen Differenzierung lässt die Frage aufkommen, wie es denn um die Einheit eines jeden übergeordneten Systems (letztlich der Gesellschaft) bestellt ist. Manche Systemtheoretiker neigen dazu, in diesem Punkt auf der Makroebene zu argumentieren und schlagen vor, Integration sei durch Selbstbegrenzung der Funktionssysteme zu bewerkstelligen (Willke 2000). Andere Vorschläge (vornehmlich die von Politologen und von Kommunikationswissenschaftlern) bewegen sich dahin, dem Politischen System eine Sonderrolle oder gar „Steuerungsaufgabe“ zuzuweisen (Gerhards/Neidhart 1991: 81). Mitunter wird auch die Entstehung eines Öffentlichkeitssystems oder eines massenmedialen Systems in Verbindung mit der Integrationsaufgabe gesehen<sup>3</sup>. Just an dieser Stelle wird dann häufig auch noch das Eingangstor für normative, meist demokratietheoretisch begründete Forderungen „an die Massenmedien“ geöffnet. Alle diese Vorschläge jedoch heben die Architektur einer systemtheoretisch unterfütterten Theorie der funktionalen Differenzierung aus den Angeln, da Funktionssysteme als lateral, nicht als hierarchisch konzipiert zu verstehen sind. In einer durch funktionale Differenzierung gekennzeichneten Gesellschaft müssen die „Integrations“-Orte und -Mechanismen daher woanders gesucht werden. Hierzu bieten sich Organisationen und individuelle Akteure an.

Organisationen – zumal wenn sie eine gewisse Größe erreicht haben – differenzieren sich intern aus. Durch die strukturelle Trennung in verschiedene Abteilungen/Bereiche sind sie für die (zeitgleiche) Bearbeitung von Verschiedenem (an verschiedenen Stellen) bestens gerüstet. Selbst ein Wirtschaftsunternehmen folgt nicht ausschließlich dem ökonomischen Code. Abhängig von seiner Größe finden sich auch hier Bereiche, die eher einer Wissenschaftslogik (z. B. Abteilung Forschung und Entwicklung), einer Rechtslogik (juristische Abteilung) oder einer massenmedialen Logik (PR-Abteilung) folgen.

---

<sup>3</sup> Siehe dazu die kritischen Ausführungen bei Jarren (2000).

Inhabergeführte Klein- und Mittelbetriebe lösen das (Entscheidungs-)Problem in Personalunion – eine ähnliche Strategie, die Verbandsfunktionäre (wie z. B. Blatter, Ecclestone) aufgrund ihrer starken Machtposition im Sport verfolgen<sup>4</sup>. So lange Organisationen keinen Aktionären gegenüber rechenschaftspflichtig sind, entfällt in der Regel auch die kommunikative Begründungsnotwendigkeit für Entscheidungen; Unternehmenseigentümer sprechen mitunter von „Bauchentscheidungen“, die sie getroffen hätten. *Individuelle Akteure* können sich zwar nicht wie Organisationen segmentieren, haben dafür aber den Vorteil, dass sie meist nur punktuell und mit zeitlichem Abstand mit verschiedenen Funktionssystemen in Kontakt stehen.

Mit der Verlagerung von separaten Funktionslogiken an verschiedene Orte der Organisation und dem nur temporären Kontakt von individuellen Akteuren mit differenten Sinnprovinzen scheint das Thema „Integration“ gelöst oder zumindest einer Lösung näher gebracht zu sein. Gelöst ist es indes noch nicht. Auch bildet diese „Lösung“ nicht die tatsächliche Problemlage in Organisationen ab, in denen es darum geht, in bestimmten Situationen ökonomische, rechtliche, politische oder sportliche Aspekte zeitgleich und in einer Entscheidung zu berücksichtigen. Sofern keine autokratisch geführte Organisation vorliegt (wie derzeit im Sport noch meist der Fall), müssen die unterschiedlichen Sinnprovinzen *kommunikativ bearbeitet* werden. Sie müssen m. a. W. in die Organisationskommunikation, sprich: in die Entscheidungskommunikation eingebracht werden. Letztlich geht es darum, wie solche Entscheidungsstrukturen implementiert werden, die den *unterschiedlichen Sinnprovinzen* und den damit verbundenen unterschiedlichen beruflichen Identitäten der Organisationsmitglieder gerecht werden. Häufig werden existierende Differenzen mit dem modischen Mantel einer „Corporate Identity“ kaschiert, was die Bearbeitung der verschiedenen Logiken eher erschwert als erleichtert. Integration im Sinne einer „Verschmelzung“ von Systemlogiken ist noch nicht einmal auf der Organisationsebene möglich!

Die Bearbeitung unterschiedlicher Funktionslogiken ähnelt stattdessen eher einem *Tottasting* bzw. der Setzung eines *Tremas*. *Tottasting* ist ein Kunstbegriff, gebildet aus der sog. Tot-Taste, einer Taste, die noch keinen Buchstabenvorschub erzeugt, sondern einen Wartemodus aktiviert. Erst mit einem weiteren Tastenschlag wird ein kombinierteres Zeichen erzeugt. Zu den auf diese Weise erzeugten diakritischen Zeichen zählt auch das Trema. Durch den horizontalen Doppelpunkt, der über einen von zwei benachbarten Vokalen gesetzt wird, erfolgt z. B. im Deutschen eine separate Aussprache von zwei Vokalen, die ansonsten zusammengezogen werden (paranoïd; naïve). Im Französischen und im Spanischen erfolgt dadurch die Betonung eines ansonsten stummen Vokals (ai-güe; el pingüino). Ähnlich dieser Tremasetzung bei Vokalen bleiben in Entscheidungsprozessen die unterschiedlichen Logiken erhalten bzw. werden u. U. sogar noch betont.

Beispiele für ein solches Tottasting sind die Verhandlungen über Redaktionsstatute in Presseverlagen seit den 1970er Jahren. Trotz dieser juristisch fixierten Regeln tauchen im Kontext der zeitgleichen Bearbeitung unterschiedlicher Logiken (und mit neuen Gegebenheiten) immer wieder (Entscheidungs-)Probleme auf der organisationalen und der individuellen Ebene auf (Stichwort „Schere im Kopf“). Dass es tatsächlich wichtig ist, wie bei der kommunikativen Bearbeitung unterschiedlicher Systemlogiken die Entscheidungsprozesse konzipiert sind (Wer entscheidet was? Wer wird wann gehört?), zeigt sich nicht nur in Medienorganisationen, sondern in jüngster Zeit verstärkt auch in Kliniken, die unter dem Diktat diverser Gesundheitsreformen den schwierigen Spagat

---

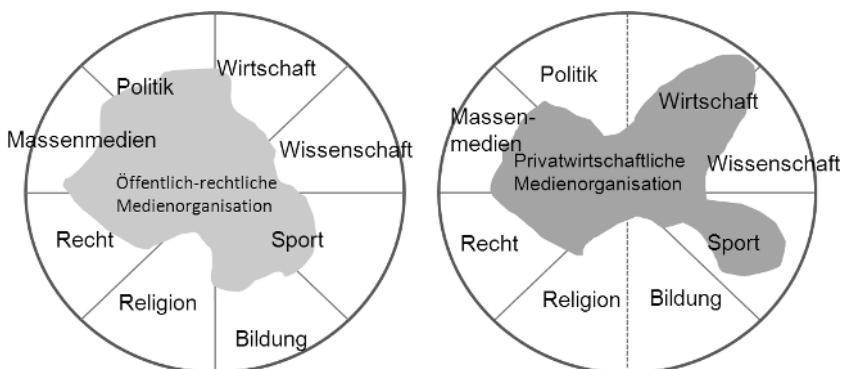
<sup>4</sup> Siehe dazu den kritischen Bericht von Fichter (2014) anlässlich der pekuniären Lösung eines juristischen Problems.

zwischen einer medizinisch-wissenschaftlichen und einer ökonomischen Logik zu bewältigen haben. Wie lange es dauern kann, den Prozess der kommunikativen Bearbeitung von Multireferenz in zufriedenstellende Strukturen zu transformieren, zeigen Reay/Hinings (2009) am Beispiel von Veränderungen im kanadischen Gesundheitssystem auf. In puncto Tottasting bedeutet das, dass der Wartemodus auch sehr lange andauern kann, bis eine für alle Beteiligten akzeptable Lösung gefunden wird. Wo hingegen (Klinik-)Verwaltungen glauben, auf Tremasetzung verzichten zu können und eine – fortan dominante – Logik (meist die ökonomische) autoritär durchsetzen zu müssen, kommt es mitunter dazu, dass eine ganze Kohorte von Ärzten die Klinik verlässt, um zu einer anderen zu wechseln. Auch der Versuch, durch ökonomische Anreize medizinische Entscheidungen zu beeinflussen (z. B. durch Kopplung des Chefärztegehalts an die Zahl der durchgeföhrten Operationen), bedeutet ja nicht, dass ökonomische und medizinisch-wissenschaftliche Logik „verschmelzen“ würden. Derartige Anreizsysteme sind eher ein Beispiel für ein mangelhaftes Tottasting und eine unzulängliche Bearbeitung organisationaler Multireferenz.

### *Organisationen als kommunikative Adresse für normative Erwartungen*

Während die kommunikative Bearbeitung unterschiedlicher Systemlogiken auch in Nicht-Medienorganisationen eher ein Thema für die an Organisationskommunikation interessierten Forscher ist, stellt sich die Frage der Verortung von normativen Ansprüchen auch für Medialisierungsforscher. Auch Meyen (2014: 392) beendet seine Ausführungen mit einem kritischen Blick auf die „[...] Handlungslogik eines nationalen Mediensystems“, das sich „[...] vom normativen Pol in Richtung Publikumswünsche bewegt [...]“. An dieser Stelle werden die Folgen einer inkonsistenten Verwendung des Systembegriffs unübersehbar: Nationale Mediensysteme können nicht als soziale Funktionssysteme beschrieben werden, und da Funktionssysteme keine kommunikative Adresse sind, laufen auch normative Forderungen an ein Funktionssystem Massenmedien ins Leere.

*Abbildung 2: Umrisse verschiedener Typen von Medienorganisationen<sup>5</sup>*



5 Die Umrisse sind als tentativ und nicht als empirisch validiert zu verstehen. Bei der Abb. 2 handelt es sich um eine Übersetzung aus Theis-Berglmair 2012.

Normative Anforderungen können aber an korporatistisch verfasste oder individuelle „Akteure“ adressiert werden<sup>6</sup>. Jarren (2000) verweist in diesem Kontext ebenfalls auf die Bedeutung von Organisationen, die er als „Intermediäre“ bezeichnet. Letztlich bleibt auch hier die Positionierung von Organisationen in Relation zu Funktionssystemen eher vage, vor allem aber gerät der oft schwierige Prozess der Bearbeitung unterschiedlicher Logiken nicht in den Blick der Wissenschaftler, dafür aber das (erhoffte?) Resultat der Integration. Korporative Akteure gehören aber dem Sozialtyp der Organisation an und entscheiden – je nach vorliegenden ökonomischen, politischen oder sonstigen Rahmenbedingungen –, wie sie die unterschiedlichen Funktionslogiken bearbeiten und welche Konturen die jeweiligen „Kontinente“ letztlich aufweisen. Hier lassen sich denn auch deutlich unterschiedliche Konturen sowohl der unterschiedlichen Typen von Medienorganisationen (öffentlich-rechtlich versus privatrechtlich verfasst, siehe Abb. 2) ausmachen als auch innerhalb der einzelnen Typen (also Unterschieden zwischen verschiedenen privaten Rundfunk- oder Printorganisationen), die insgesamt gesehen die Medienlandschaft eines Landes prägen.<sup>7</sup>

Indem sie als kommunikative Adresse fungieren, können Organisationen auch normative Ansprüche zurückweisen. Die Überlegung der EU, angesichts der derzeitigen Ukrainekrise einen Boykott der Fußball-WM in Russland im Jahre 2018 zu erwägen, konterte FIFA-Präsident Blatter umgehend damit, dass ein Boykott keine Lösung sei, das habe noch nie etwas gebracht (Drewes 2014: 1). Einer Berücksichtigung politischer Gegebenheiten erteilte Blatter damit eine deutliche Absage, was die Form des Kontinents der FIFA deutlich prägt. Über die Konturen des jeweiligen Kontinents entscheiden nicht ausschließlich ökonomische, politische oder publizistische Umweltbedingungen, sondern entscheidend ist, wie eine Organisation damit umgeht, wie sie die Problematik reflektiert und wie die internen Entscheidungsprozesse ablaufen<sup>8</sup>. Der Umgang mit normativen Erwartungen zeigt sich daher ausschließlich in den von Organisationen und Individuen produzierten Entscheidungen.

Das hier vorgeschlagene *Kontinentmodell von Organisationen* bietet daher nicht nur bessere, weil theorieadäquatere Möglichkeiten der Verortung von Normen und normativen Erwartungen. Es ermöglicht zudem, die Prozesse unter die Lupe zu nehmen, die zur Berücksichtigung verschiedener Funktionslogiken durch Organisationen führen. Bei diesen Prozessen dürfte die massenmediale Berichterstattung eine nicht unwichtige Rolle spielen, wiewohl diesbezüglich nicht von einem Determinismus ausgegangen werden kann. Auch die Gefahr, dass Analysen durch einen starken Medienbias geprägt sind und letztlich nur das Ergebnis einer „Medialisierung“ beschreiben, ist durch die Prozessorientierung wesentlich geringer. Denn der Prozess der Bearbeitung verschiedener Logiken gestaltet sich sowohl auf der Ebene individueller Akteure als auch auf der Ebene von Organisationen viel komplexer und schwieriger als es die alleinige Konzentration auf das Prozessresultat („Medialisierung“) vermuten lässt. Das bedeutet, dass Forscher

6 Insofern wäre es auch in Meyens Beitrag (2014: 380) folgerichtiger, von „korporativen Akteuren“ und nicht von „kollektiven Akteuren“ zu sprechen.

7 Sofern für diese (nationalen) Medienlandschaften ebenfalls der Systembegriff (z.B. Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland, der Schweiz etc.) verwendet wird (obwohl von den Wissenschaftlern im gleichen Atemzug die Theorie der funktionalen Differenzierung bemüht wird), führt dies erfahrungsgemäß zu ganz erheblichen Irritationen, wenn Forscherinnen die systemtheoretische Logik ernst nehmen und die normative Prägung eines *Funktionssystems* der Massenmedien negieren.

8 Holmström (2008) unterscheidet diesbezüglich zwischen „selbstbezüglichen“ und „reflektierenden“ Organisationen.

sich auf die *Binnenstruktur von Organisationen* verlegen müssen, auch und gerade, wenn es um Themen wie „gesellschaftliche Verantwortung“ von Unternehmen und anderen Organisationen geht<sup>9</sup>. In puncto Sport bemühen sich beispielsweise Sportorganisationen (noch) darum, die politische Logik nicht in ihre Entscheidungen einfließen zu lassen oder sie zumindest nur in Ausnahmefällen zuzulassen (Olympia München 1972). Die zunehmende Kritik um die Austragungsorte der Fußball-WM (Brasilien, Katar) wird vielleicht ein kleiner Schritt sein auf dem Weg zu anderen Umrissen der Kontinente von Sportorganisationen.

## Literatur

- Drewes, D. (2014, 4. September). EU erwägt Boykott der Fußball-WM in Russland: Ukraine. Während Brüssel über neue Sanktionen berät, wächst die Hoffnung auf eine Waffenruhe. Schwabmünchner Allgemeine, S. 1.
- Eichinger, A. S. (2014). Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als polykontexturale Kontingenzreflexion: Eine systemtheoretische Analyse mit Beispielen aus der Textilindustrie. Bamberg: Bamberg University Press (im Erscheinen).
- Fichter, A. (2014, 7. August). Bernie ist schneller: Formel-1-Boss Ecclestone kauft sich frei - die Alleinherrscher im Sport leben weiter nach eigenen Gesetzen. DIE ZEIT, S. 1.
- Fuchs, P. (1997). Adressabilität als Grundbegriff der soziologischen Systemtheorie. Soziale Systeme, 3(1), 57-79.
- Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1991). Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. In S. Müller-Dohm & K. Neumann-Braun (Hrsg.), Öffentlichkeit – Kultur – Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie (S. 31 -89). Oldenburg: bis (Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg).
- Holmström, S. (2008). Reflection. Legitimizing Late Modernity. In A. Zerfaß, B. van Ruler, & K. Sriramesh (Eds.), Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations (S. 235-249). Wiesbaden: VS.
- Jarren, O. (2000). Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. Medien & Kommunikationswissenschaft, 48(1), 22-41.
- Lieckweg, T., & Wehrsig, C. (2001). Zur komplementären Ausdifferenzierung von Organisationen und Funktionssystemen: Perspektiven einer Gesellschaftstheorie der Organisation. In V. Tacke (Ed.), Organisation und gesellschaftliche Differenzierung (1. Aufl., S. 39-60). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, N. (2000). Organisation und Entscheidung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Meyen, M. (2014). Medialisierung des deutschen Spitzfußballs: Eine Fallstudie zur Anpassung von sozialen Funktionssystemen an die Handlungslogik von Massenmedien. Medien & Kommunikationswissenschaft, 62(3), 377-394.
- Pöttker, H. (2010). Der Beruf zur Öffentlichkeit: Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft. Publizistik, 55(2), 107-128.
- Reay, T., & Hinings, C. R. (2009). Managing the Rivalry of Competing Institutional Logics. Organization Studies, 30(6), 629-652, doi: 10.1177/0170840609104803.
- Schimank, U. (1988). Gesellschaftliche Teilsysteme als Akteurfiktionen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 40, 619-639.
- Schmidt, S. J. (2000). Kommunikation über Kommunikation über Integrierte Unternehmens-Kommunikation. In M. Bruhn, S. J. Schmidt, & J. Tropp (Hrsg.), Integrierte Kommunikation in Theorie und Praxis. Betriebswirtschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven (S. 121-141). Wiesbaden: Gabler.

<sup>9</sup> Die sich, wie Eichinger in ihrer Masterarbeit (2014) zeigt, als „polykontexturale Kontingenzreflexion“ beschreiben und analysieren lässt.

- Schneider, S. A. (2010). Grenzüberschreitende Organisationskommunikation: Eine Studie auf systemtheoretischer Basis. Studien zur Organisationskommunikation. Münster, Hamburg, London: Lit-Verlag.
- Theis-Berglair, A. M. (2012). Organizations as Continents: Legitimation and Semantic Integration of Social Systems. Keynote Speech, 4th Meeting of the Scientific Network on Organization as Communication, March 5-7, 2012, University of Hamburg.
- Wehrsig, C., & Tacke, V. (1992). Funktionen und Folgen informatisierter Organisationen. In T. Malsch & U. Mill (Hrsg.), ArBYTE. Modernisierung der Industriesoziologie? (S. 219-239). Berlin: Edition Sigma.
- Willke, H. (2000). Systemtheorie (Vol. 6). München: UTB.

# Bilder im Social Web



## Die Bilderwelten der Social Network Sites

Bildzentrierte Darstellungsstrategien, Freundschaftskommunikation und Handlungsorientierungen von Jugendlichen auf Facebook und Co.

Von Ulla Patricia Autenrieth

2014, 321 S., brosch., 59,- €

ISBN 978-3-8487-0965-6

(Short Cuts | Cross Media, Bd. 7)

[www.nomos-shop.de/21831](http://www.nomos-shop.de/21831)

Kommunikation im Social Web ist geprägt von kommerziellen Bildern und privaten Fotografien. Im Band werden die visuellen Strategien und Handlungsorientierungen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Social Network Sites untersucht. Inhaltlicher Fokus ist die Bedeutung dieser Bilder für Prozesse der (Peer-)Vergemeinschaftung und Identitätsaushandlung.

---

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter 07221/2104-37  
Portofreie Buch-Bestellungen unter [www.nomos-shop.de](http://www.nomos-shop.de)  
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



**Nomos**