

Cristina Besio, Ruth Hungerbühler, Luca Morici, Benedetta Prario Die Unverzichtbarkeit organisationstheoretischer Ansätze für die Kommunikations- und Medienwissenschaften

Der Vorschlag, den Medienorganisationen¹ im Rahmen der Kommunikations- und Medienwissenschaften mehr Beachtung zu schenken, ist sowohl theoretisch als auch auf der Ebene angewandter Forschung von Bedeutung. Mediale Kommunikation erfolgt durch Organisationen (Rundfunkanstalten, Zeitungen, etc.), die als solche immer auf der Suche nach Instrumenten zur Optimierung ihrer Leistung sind. Das Verständnis und die Beschreibung von Medienorganisationen in ihrer Funktion als «Leistungsoptimierer» bedürfen aber theoretischer Prämissen.

Wir stellen im Folgenden kurz dar, wo und wie die Kommunikations- und Medienwissenschaften Medienorganisationen thematisieren, und in welcher Hinsicht ein Bedarf besteht, sie grundsätzlich zu berücksichtigen. Darauf stellen wir an einem Beispiel aus dem Bereich der Medienregulierung dar, inwiefern organisationstheoretische Zugangsweisen in der Forschung fruchtbar gemacht werden könnten.

1 Organisationen in der Medienforschung

Obwohl es durchaus Arbeiten zu Medienorganisationen gibt, ist die Sensibilität der Kommunikations- und Medienwissenschaften für die eigentlichen organisationsspezifischen Fragestellungen und Erklärungsmuster noch immer sehr beschränkt.² Frühere Studien sind handlungsorientiert und befassen sich mit den Journalisten in ihrer Rolle als *Gate-Keeper* (Argyris 1974, Hirsch 1977). Den Strukturen der Medienorganisationen wird im Rahmen dieser Ansätze aber nur im Hinblick darauf Rechnung getragen, dass sie im Sinne externer Faktoren das Verhalten des Einzelnen beeinflussen. Spätere Studien sind insofern dezidierter auf organisatorische Aspekte bezogen, als sie die *Redaktionen* in den Blick nehmen. Sie begreifen sie dabei als Subsysteme massenmedialer Organisationen (z.B. Tuchmann 1973, Rühl 1969, 1989) und analysieren redaktionelle Prozesse mit Ansätzen der Organisationstheorie³. Sie beobachten beispielsweise, wie durch das Operieren der Redaktion Routinen, Entscheidungsprogramme, Regeln und Prozeduren entstehen, die das Sammeln und Bearbeiten von Nachrichten organisieren und deshalb die Nachrichtenkonstruktion beeinflussen. Auch das Verhältnis zwischen System und Umwelt ist ein Thema der Redaktionsforschung. Während einige Beiträge von der Annahme ausgehen, dass verschiedene Umweltstrukturen (z.B. Nachrichtentypen oder Agenturen) unterschiedliche Arbeitsroutinen in den Redaktionen aktivieren, sehen andere die Organisationen eher als Systeme, die die Nachrichten selbst gestalten (Theis 1999: 75-77).

Studien über Medienorganisationen als Ganzes sind aber selten.⁴ Zwar gibt es Interesse für Massenmedien als *Institutionen*, die die geschichtliche Entwicklung von Medienorganisationen beschreiben sowie ihren Platz im gesellschaftlichen und politischen Gefüge eines Landes analysieren (z.B. Saxer/Ganz-Blättler 1998), das Innere der

Organisationen wird aber weniger berücksichtigt. Ähnliches gilt für neuere Studien im Bereich der *Medienökonomie*. Diese Analysen verbleiben meistens auf der Makroebene⁵. Im Fokus der Untersuchungen stehen Aspekte wie die ökonomischen Grundlagen, Phänomene der Monopolbildung, Konkurrenzverhältnisse (z.B. Hirsch 2000, Miège 1987, Turov 1992), das Innere der Organisationen und deren Strukturen (Mesoebene) kommen aber zu kurz. Das gilt auch für Studien auf der Mikroebene, die sich vorwiegend für Entscheidungen aus der individuellen oder organisatorischen Akteursperspektive interessieren (Ludwig 2003, Gambero/Silva 1992).

Organisationsstrukturen können allerdings nicht ausser Betracht gelassen werden, wenn es um das *Management* der Medienorganisationen geht (Spitz 1993, Karmasin/Winter 2002). Medienmanagement nimmt Aspekte wie Führung und Motivation der Mitarbeiter, Planung, Strategie- und Profilbildung von Unternehmern in den Blick im Wissen, dass zur Optimierung dieser Funktionen Kenntnisse der Organisationsstrukturen und -prozesse unentbehrlich sind. Hier interessiert die Organisation zwar, aber – aus der Perspektive der Management-Forschung – allein in ihrer Rolle als Instrument zur Zielerreichung. Dies hat zur Folge, dass die Eigenschaften der Strukturen oft eher unterstellt als spezifisch untersucht werden.

2 Der Gewinn organisationstheoretisch inspirierter Analysen

Es kann nun – so unsere Argumentation – für medienwissenschaftliche Beobachtungen von Gewinn sein, die organisatorische Ebene deutlich abzugrenzen, um aus dieser Perspektive spezifische Mechanismen herauszukristallisieren, die die Produktion und die Dynamiken der Medien verstehen und erklären helfen. Wie kann nun aber das Verhältnis zwischen Medienorganisationen und Mediensystem

