

Kommunikation und (Des-)Integration - Problemaufriss und Framework

Müller, Patricia; Schweiger, Wolfgang

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Müller, P., & Schweiger, W. (2020). Kommunikation und (Des-)Integration - Problemaufriss und Framework. In V. Gehrau, A. Waldherr, & A. Scholl (Hrsg.), *Integration durch Kommunikation (in einer digitalen Gesellschaft): Jahrbuch der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 2019* (S. 15-26). Münster: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.66136>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Kommunikation und (Des-)Integration – Problemaufriss und Framework

Patricia Müller & Wolfgang Schweiger

Universität Hohenheim, Institut für Kommunikationswissenschaft

Zusammenfassung

Die Bedingungen öffentlicher Kommunikation haben sich durch die Digitalisierung deutlich verändert. Das zeigt sich etwa in der Medien- und Angebotsvervielfachung, einer beschleunigten und flexibilisierten Aussagenproduktion und -rezeption sowie der algorithmisch-personalisierten Verbreitung von Inhalten. Blickt man auf öffentliche und kommunikationswissenschaftliche Debatten, scheinen diese Veränderungen in erster Linie Desintegration und gesellschaftliche Polarisierung zu fördern. Gesellschaftlich funktionale, integrierende Phänomene finden trotz ihrer Existenz nur wenig Beachtung. Zudem bedingen sich Desintegration und Integration meist auf verschiedenen Ebenen gegenseitig. Schließlich bezieht sich die bisherige Theoriebildung und Forschung zu (Des-)Integration durch Kommunikation überwiegend auf Massenmedien. Diese machen allerdings nur noch einen Teil der öffentlichen Kommunikation aus und befinden sich ihrerseits in einem stetigen Veränderungsprozess.

Um der eminenten Bedeutung der digitalen Transformation sowohl von (öffentlicher) Kommunikation für Desintegration als auch für Integration auf verschiedenen Ebenen gerecht zu werden, schlägt der Beitrag ein Framework vor. Es soll die Systematisierung, Einordnung und Verknüpfung verschiedenster Forschungsfragen zu diesem Themenfeld ermöglichen. (Des-)Integration wird dabei als Zusammenspiel von kommunikativer und sozialer (Des-)Integration begriffen. Phänomene kommunikativer (Des-)Integration hängen unmittelbar mit den sich wandelnden Bedingungen digitaler Kommunikation zusammen und korrespondieren mit sozialer (Des-)Integration.

Der Beitrag erläutert das Framework und diskutiert seine Elemente sowie deren Interdependenzen anhand verschiedener Beispiele.

Keywords: Integration, Desintegration, Polarisierung, Medienwandel, Transformation der Kommunikation

Summary

The conditions of public communication have changed significantly as a result of digitalization. This can be seen, for example, in the multiplication of media channels and products, an accelerated and more flexible production and reception of messages, and the algorithmically personalized distribution of content. According to public and communication science debates, these changes seem primarily to promote disintegration and social polarization. Despite their existence, socially functional, integrating phenomena receive little attention. Moreover, disintegration and integration are usually interdependent at different levels. Finally, existing theories and research on (dis-)integration through communication refers predominantly to mass media. However, these make up only a part of public communication today and are themselves in a constant process of change.

In order to reflect the eminent importance of the digital transformation of (public) communication for disintegration as well as for integration on different levels, this paper proposes a theoretical framework. It will allow the systematization, classification and connection of a wide range of research questions in the field. (Dis-)integration is understood as the interplay of communicative and social (Dis-)integration. Phenomena of communicative (dis-)integration are directly related to the changing conditions of digital communication and correspond to social (dis-)integration.

The paper explains the framework and discusses its elements and their interdependencies using various examples.

Keywords: Integration, disintegration, polarization, media change, transformation of communication

Einführung

Moderne Gesellschaften zeichnen sich durch ihre Differenzierung aus, sei es funktional in verschiedene Teilsysteme (z. B. Politik, Wissenschaft), stratifikatorisch oder segmentär in diverse Milieus, religiöse, ethnische oder weltanschauliche Gruppierungen (Imhof, 2011). Sie sind also gekennzeichnet durch heterogene Wertorientierungen und pluralistische Lebensstile (Friedrichs & Jagodzinski, 1999, S. 27). Je stärker sich Gesellschaften ausdifferenzieren, desto bedeutsamer wird die Integrationsfunktion öffentlicher Kommunikation (Imhof, 2011, S. 18). Während aber journalistische und unterhaltende Massenmedien seit Jahrzehnten als zentral für die Herstellung von Öffentlichkeit, gesellschaftlichen Zusammenhalt und Integration gelten (z. B. Mahrt, 2014, S. 129), scheint die digitale Transformation der Kommunikation gesellschaftliche Desintegration zu fördern. Das legen zumindest Beobachtungen wie das Auseinanderdriften gesellschaftlicher Gruppen und deren Polarisierung nahe (z. B. Pew Research Center, 2017). Es verwundert also nicht, dass die digitale Transformation von Kommunikation die Debatte um die Rolle öffentlicher Kommunikation für Integration in der Kommunikationswissenschaft erneut entfacht hat (vgl. Jandura, Wendelin, Adolf & Wimmer, 2017). Die aktuelle gesellschaftliche Relevanz dieser Frage ist angesichts tiefer Konfliktlinien, etwa in der Einwanderungs- und Asylpolitik (Merkel, 2017), ohnehin evident.

Sowohl die gesellschaftliche als auch die kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung legen ihren Fokus allerdings bislang zumeist auf *desintegrierende* und überwiegend dysfunktional gedeutete Phänomene. Das greift aus mindestens zwei Gründen zu kurz:

Desintegration auf einer Ebene (z. B. dem Nationalstaat) geht häufig einher mit Integration auf anderen Ebenen (z. B. innerhalb einer Diaspora-Community). Diese Mehrebenenproblematik erstreckt sich einerseits auf „mehrere Mesoebenen“, denn Individuen nehmen diverse soziale Rollen und entsprechend Gruppenzugehörigkeiten an, und andererseits über den Nationalstaat hinaus auf supranationale Ebenen (Friedrichs & Jagodzinski, 1999, S. 18).

Integration ist nicht zwangsläufig funktional. So kann

Überintegration durch zwanghaft hergestellten Konsens und/oder mangelnde Konfliktkommunikation innovative Problemlösungen verhindern und sozialen Wandel hemmen (Schimank, 2000, S. 466). Umgekehrt ist Desintegration nicht per se dysfunktional, zumal die demokratische Norm einer pluralistischen Gesellschaft ohne unterschiedliche Forderungen, Meinungen, Betroffenheiten oder sonstige Differenzen nicht denkbar ist (z. B. Pöttker, 2005).

Wir plädieren dafür, Integration bzw. Desintegration so weit möglich wertfrei zu betrachten und als graduelle Konstrukte zu modellieren, die sich im Objekt-, Ebenen- und/oder Zeitvergleich beurteilen lassen (Pöttker, 2005, S. 28; Schimank, 2000, S. 452). Die skizzierten Ambivalenzen erfordern deshalb immer eine Bestimmung, unter welchem Blickwinkel (Des-)Integrationsprozesse und -strukturen untersucht werden und wie sie mit dem gegenwärtigen Wandel der öffentlichen Kommunikation korrespondieren.

Der vorliegende Beitrag schlägt zu diesem Zweck ein Framework vor, das die Systematisierung, Einordnung und Verknüpfung von Forschungsfragen und Studien im Themenfeld ermöglicht, und illustriert das Framework anhand von Beispielen.

Digitale Transformation von Kommunikation und (Des-)Integration

Dimensionen der digitalen Transformation von Kommunikation

Da das Framework möglichst alle Forschungsfragen und Studien zu Implikationen der digitalen Transformation der Kommunikation erfassen und systematisieren soll, beginnen wir mit einem Überblick ihrer wesentlichen Merkmale. Diese lassen sich in Anlehnung an Hepp et al. (2017) unserem Verständnis nach in vier eng miteinander verwobene Dimensionen verdichten: (1) Dynamisierung, (2) Flexibilisierung, (3) Konnektivität und (4) Algorithmisierung (vgl. Abbildung 1).

Dynamisierung umfasst zunächst eine hohe mediale Veränderungsdynamik, die sich einerseits in wachsender Gerätevielfalt (Hepp et al., 2017, S. 19), andererseits in der zielgruppenbezogenen Spezialisierung von Plattformen und Angeboten zeigt (z. B. soziale Medien; Taddicken & Schmidt, 2017). Beides mündet in Medien- und Angebots-vervielfachung, die

sich bereits seit den 1980er-Jahren abzeichnet und durch die Kommunikationsinfrastruktur des Internets noch verstärkt wird. Haas und Brosius (2013, S. 187-188) sprechen von einer durch die Digitalisierung angeregten parallelen Fragmentierung, die sich in einer größeren Anzahl gleichzeitig verfügbarer Angebote und einer Vielfalt an Geräten zur zeit- und ortsabhängigen Mediennutzung äußert. Darüber hinaus lässt sich eine Beschleunigung von Kommunikation beobachten, die sich sowohl in der Aussagenproduktion von Journalist*innen (z. B. Vowe, 2016), politischen Parteien und Organisationen (Brettschneider, 2017) und zivilgesellschaftlichen Akteuren (Brettschneider, 2014), als auch in der Mediennutzung zeigt (z. B. Ettenhuber, 2007 zur TV-Nutzung; Neuberger, 2012b, S. 51 zur Online-Nutzung). Damit geht eine kleinteiligere Zusammensetzung des Medienangebots einher, die auch als sequenzielle Fragmentierung bezeichnet wird (Haas & Brosius, 2013, S. 187).

Daran anschließend beobachten wir eine *Flexibilisierung*: Die Rezeption von Medieninhalten ist nicht mehr an eine periodische Aktualisierung gebunden, sondern ist, vor allem auch durch mobile Endgeräte, zeitlich und räumlich disponibel. Medien- und Angebotsgrenzen sind im Internet aufgelöst (Neuberger, 2009, S. 24). Zudem unterstützt die Infrastruktur des Internets die Modularisierung von verschiedensten Inhalten, die beliebig aktualisiert und neu kombiniert werden können (Schweiger, 2015). Nicht zuletzt ist ein flexibler Rollentausch zwischen *Kommunikator*in* und *Rezipient*in* ermöglicht. Politische Akteure, Organisationen und Bürger*innen können online mit wenig Aufwand und Kosten Informationen publizieren, ohne auf die journalistische Vermittlung angewiesen zu sein. Die damit verbundene Entgrenzung von Sender und Empfangendem geht einher mit neuen Gatekeeperrollen und -prozessen (Brüggemann, Loosen & Neuberger, 2015, S. 150), die etwa unter den Stichworten Disintermediation (z. B. Neuberger, 2017b) oder Journalism Bypassing (z. B. Loosen & Schmidt, 2012) diskutiert werden. So richten sich politische Akteure über soziale Medien direkt an potenzielle Wähler*innen (z. B. Hentschke, 2017), Unternehmen adressieren ihre Anspruchsgruppen (Pleil & Bastian, 2017) und selbst Privatpersonen können punktuell journalistische Leistungen erbringen (partizipativer Journalismus; z. B. Neuberger, 2012a) oder öffentlich kritisieren (z. B. Prochazka & Schweiger, 2016).

Der Austausch von Inhalten setzt *Konnektivität* voraus, also die Verbindung zwischen Maschinen bzw. Computern, Menschen und Inhalten (Tewksbury & Rittenberg, 2012, S. 153). Die Vernetzung von Inhalten ermöglicht ihr leichtes Auffinden, beispielsweise durch Suchmaschinen. Sie ist gleichermaßen eine grundlegende Funktion sozialer Medien und betrifft dort einerseits ebenfalls die Vernetzung von Inhalten, etwa in Wikis, und andererseits die zwischen Nutzer*innen, wie sie insbesondere für soziale Online-Netzwerke konstitutiv ist (Schmidt & Taddicken, 2017, S. 25-29). Damit einhergehend sind Nutzer*innen auch ausschlagend für die virale Diffusion von (u. a. medialen) Inhalten, zum Beispiel Nachrichten auf Social Network Sites. Sie fungieren also als Multiplikator*innen, distribuieren Inhalte allerdings nach anderen Gesichtspunkten als professionelle Gatekeeper. Nachrichten werden beispielsweise eher dann geteilt, wenn sie Emotionen wecken (Berger & Milkman, 2012) und thematisch eher Soft als Hard News betreffen (Horan, 2013; vgl. im Überblick auch Kumpel, Karnowski & Keyling, 2015). Darüber hinaus ermöglicht Konnektivität neue Beteiligungsformen und fördert etwa den Austausch in Bau- und Infrastrukturprojekten und trägt dazu bei, Planungsunterlagen und -prozesse für Bürger*innen transparenter zu gestalten (Brettschneider, 2018). Dafür werden in dialogischen Bürgerbeteiligungsverfahren zunehmend Virtual-Reality-Technologien eingesetzt, die die Diskursqualität verbessern können, indem sie zum Beispiel technische Pläne und Gutachten in leichter verständliche Visualisierungen übersetzen (Spieker, Wenzel & Brettschneider, 2017).

Nicht zuletzt ist die *Algorithmisierung* kennzeichnend für die digitale Transformation der Kommunikation, denn Kommunikation auf webbasierten Plattformen wird durch Algorithmen erst ermöglicht (z. B. Napoli, 2014). Sie registrieren, kategorisieren, aggregieren und verwerten Informationen wie das Nutzerverhalten permanent und greifen damit unmittelbar in das Kommunikationsgeschehen ein (Brosius, 2016). Deutlich wird das am Beispiel sozialer Online-Netzwerke: Welche Inhalte Nutzern dort angezeigt werden, hängt unter anderem davon ab, welche Angebote sie initial aktiv ausgewählt haben, welche Kontakte (z. B. enge Kontakte gegenüber weak ties) Inhalte im Netzwerk teilen und wie häufig und intensiv sie die präsentierten Inhalte rezipieren (Klickverhalten und Verweildauer). Algorithmen ermöglichen also eine Personalisierung rezipierter Nachrichtenkanäle

und Botschaften (Schweiger, Weber, Prochazka & Brückner, 2019). Hepp (2016) greift den Einfluss von Algorithmen auch unter dem Stichwort Datafizierung bzw. „Datafication“ auf und meint damit nicht nur die algorithmische Funktionsweise, sondern auch gestiegene Akzeptanz und Nachfrage entsprechender Angebote.

Begriffsverständnis: Integration und Desintegration

Die vorgestellten Dimensionen der digitalen Transformation der Kommunikation verdeutlichen, dass Massenmedien nur noch einen Teil der öffentlichen Kommunikation ausmachen (z. B. Neuberger, 2017a, S. 564) und sich ihrerseits in einem stetigen Veränderungsprozess befinden. Die bisherige Theoriebildung und kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Rolle von Kommunikation für (Des-)Integration hat sich allerdings vorwiegend auf traditionelle Massenmedien bezogen. Bevor nun aber Zusammenhänge der skizzierten Phänomene mit (Des-)Integration diskutiert werden, soll der Integrationsbegriff geklärt werden.

Integration ist eine der zentralen Grundkategorien in den Sozialwissenschaften und blickt auf eine lange wissenschaftliche Auseinandersetzung zurück (im Überblick Imbusch & Rucht, 2005, S. 21-57). Dennoch ist die Begriffsverwendung diffus (Aslan, Ersan-Akkilic & Kolb, 2015, S. 18-19). Wir knüpfen zunächst an die klassische Unterscheidung in Sozial- und Systemintegration an (Lockwood, 1964): Systemintegration betrifft die Abstimmung verschiedener gesellschaftlicher Teilsysteme aufeinander; Sozialintegration umfasst die Beziehungen der Handelnden eines sozialen Systems. Da die Systemintegration einzelne Akteure und deren partikulare Interessen, individuelle oder kollektive Handlungen sowie persönliche oder interorganisationale Beziehungen ausblendet (z. B. Schimank, 2005, S. 220), konzentrieren wir uns auf die Sozialintegration. Denn das Framework nimmt individuelle, kollektive und korporative Akteure und ihre Handlungen sowie Beziehungen in den Blick.

Esser (2001, S. 16) identifiziert vier Dimensionen von Sozialintegration, die bereits an anderer Stelle für kommunikationswissenschaftliche Analysen fruchtbar gemacht wurden (z. B. Vlašić, 2004). (1) *Kulturation* bezieht sich auf einen gemeinsam geteilten Wissensvorrat der Mitglieder einer Gruppe oder einer Gesellschaft, etwa über soziale Normen oder typische soziale Situationen. (2) *Identifikation* betrifft die

Beziehungen zwischen Individuen und sozialen Systemen wie Gruppen oder Gesellschaften. (3) *Platzierung* meint Integration, indem Individuen gesellschaftliche Positionen besetzen oder soziale Rollen einnehmen, wobei mit diesen auch eine subjektive Zufriedenheit einhergehen muss (Anhut & Heitmeyer, 2005). (4) *Interaktion* umfasst schließlich soziale Beziehungen und die Akkumulation sozialen Kapitals.

Es kristallisieren sich zwei wesentliche Bestandteile von Sozialintegration, im Folgenden kurz Integration, heraus:

Die Dimensionen Platzierung und Interaktion lassen sich auf *kommunikative Beziehungen* zwischen Akteuren zurückführen, weshalb wir von *kommunikativer (Des-)Integration* sprechen. Es geht um Kommunikationsnetzwerke sowie um die Partizipation von Akteuren an und ihre Repräsentation in öffentlichen Diskursen. Ebenso spielen interpersonale Kommunikation sowie Mediennutzung eine Rolle, da sie grundlegend für die Teilhabe an und die Beobachtung von Diskursen sind.

Die Dimensionen Kulturation und Identifikation stehen für eine *gemeinsame Basis* von Individuen, Gruppen und Gesellschaften, aus der sich ein Zusammengehörigkeitsgefühl speisen kann. Sie umfasst gemeinsame Themen, geteiltes Wissen und Wissen übereinander sowie gemeinsame Normen, Werte und Einstellungen. Wir sprechen hierbei von *sozialer (Des-)Integration* (im engen Sinne).

Beide Aspekte lassen sich gut in die soziologische Theoriebildung einordnen. Eine gemeinsame Basis kommt etwa in Konstrukten wie dem „kollektiven Bewusstsein“ von Durkheim oder dem „Verstehen“ bei Tönnies zum Ausdruck (vgl. Cerulo, 1997, S. 386). Habermas (1981) betont Prozesse der diskursiven Verständigung. Auch Anhut & Heitmeyer (2000) verweisen auf kommunikative Beziehungen: Die „kommunikativ-integrative Sozialintegration“ bezieht sich auf Teilnahmebereitschaft und Teilnahme (-chancen) an politischen Diskursen.

Framework zur (Des-)Integrationsforschung

Soziale und kommunikative (Des-)Integration sind im hier vorgeschlagenen Framework nicht als unabhängige Entitäten zu verstehen, sondern hängen vielmehr eng zusammen und bedingen sich gegenseitig (Abbildung 2). So ermöglicht kommunikative

Integration als Prozess fortlaufender Aktualisierung kollektiver Wissensbestände soziale Integration (Knoblauch, 2017).

Die digitale Transformation der Kommunikation verändert zunächst die Rahmenbedingungen für kommunikative (Des-)Integration. Denn für kommunikative Integration ausschlaggebend sind (1) öffentliche Kommunikation – überwiegend (noch) über Medien –, die eine wechselseitige Beobachtung unterschiedlicher Gruppen und Gesellschaften ermöglicht, sowie (2) die kommunikative Vernetzung in und zwischen Gruppen sowie deren Teilhabe an Diskursen. An diese grundlegenden Überlegungen anknüpfend sollen das Framework und seine Eignung für die Strukturierung des Forschungsfelds an zwei Beispielen skizziert werden.

Fragmentierung und (Des-)Integration

Dafür prädestiniert ist zunächst die derzeit vieldiskutierte Frage nach Fragmentierung und ihren möglichen Folgen. Hohe mediale Veränderungsdynamik und Medien- und Angebotsvervielfachung als Aspekte der Dynamisierung führen zu einer zunehmenden Anzahl an Medienangeboten für kleine und eng umrissene Zielgruppen (z. B. Weßler, 2002). Das kann eine Fragmentierung von Publika begünstigen, wie sich etwa an individuellen Informationsrepertoires zeigt (Hasebrink & Schmidt, 2013; Mangold, Vogelgesang & Scharkow, 2017). Überdies verstärkt wird das durch die Algorithmisierung. Gerade junge Menschen nutzen überdurchschnittlich häufig soziale Medien und damit Nachrichtenkanäle, die eine Fülle spezialisierter Quellen umfassen und ihren Nutzer*innen eine personalisierte Auswahl präsentieren (z. B. Hölig & Hasebrink, 2019). In höheren Altersgruppen informiert sich vor allem die „Bildungsmitte“ über algorithmisch-personalisierte Nachrichtenkanäle (Schweiger et al., 2019). Nachrichtenrepertoires weisen also zwar noch Überlappungen auf, in einigen Gruppen deutet sich allerdings kommunikative Desintegration an (z. B. Kösters & Jandura, 2018).

Strittig ist, ob fragmentierte Mediennutzung zwangsläufig mit einer Fragmentierung der rezipierten Inhalte einhergeht. Das wäre nur dann zu erwarten, wenn die Ausdifferenzierung von Angeboten mit einer spiegelbildlichen Ausdifferenzierung der Inhalte einhergeht (Vlašić, 2004). Zumindest für professionell-journalistische Angebote ist das aufgrund journalistischer Ko-Orientierung weniger ausgeprägt

zu erwarten (Krämer, Schroll & Daschmann, 2009). Anders jedoch bei algorithmisch-personalisierten Nachrichtenkanälen, denn sie bieten ihren Nutzer*innen in der Regel keinen integrierten Nachrichtenüberblick (Schweiger, 2017). Vielmehr geht durch Ent- und Neubündelung die originäre journalistische Leistung der Anordnung von Nachrichten in einem Gesamtarrangement verloren (Loosen & Scholl, 2017). Auch die sogenannten alternativen Medien, die sich gegenüber etablierten „Mainstream-Medien“ positionieren, vermitteln kein ausgewogenes Bild des Nachrichtengeschehens (Schweiger, 2017). Im Ergebnis ist davon auszugehen, dass sich Themenagenden zumindest zwischen journalistischen, algorithmischen und alternativen Angeboten unterscheiden und damit auch die rezipierten Inhalte.

Das kann folgenreich für soziale (Des-)Integration sein, zum Beispiel dann, wenn sich die persönlichen Themenagenden zwischen unterschiedlichen Gruppen ausdifferenzieren. Bisherige Studien deuten darauf hin, dass sich Themenagenden zwar noch nicht bei den Top-Themen, wohl aber im Long-Tail fragmentieren (z. B. Stark, Magin & Jürgens, 2017). Kösters und Jandura (2018) finden zudem, dass je nach politischem Milieu mitunter verschiedene Deutungen desselben Themas vorliegen, die mit den jeweils prävalenten Weltanschauungen einhergehen. Beides muss nicht zwangsläufig dysfunktional für gesellschaftliche Integration sein. Pluralität von Themen und Standpunkten und damit potenziell einhergehende Konflikte können auch integrieren, wenn sie produktiv bearbeitet werden (Dubiel, 1999). Problematisch wird es jedoch dann, wenn soziale Gruppen die Themen und Standpunkte anderer sozialer Gruppen überhaupt nicht mehr wahrnehmen oder abwerten. So birgt die etwa in der Social Identity Theory (Tajfel, 1982) aufgegriffene identitätsstiftende Funktion von Gruppenzugehörigkeit vor allem dann desintegrierendes Potenzial, wenn diese sich vor allem in Abgrenzung zu anderen sozialen Gruppen definiert. An diese grundlegende Annahme knüpft nicht zuletzt die Beobachtung an, dass sich durch algorithmisch-personalisierte Angebote entstehende Filterblasen zu Echokammern verdichten können, in denen sich Individuen mit ähnlichen Einstellungen sammeln, sich permanent in ihren Einstellungen bestätigen und gegenüber anderen abgrenzen (Sunstein, 2011). In letzter Konsequenz, so die Befürchtung, kann dies unter bestimmten Umständen die Polarisierung von extremen Einstellungen begünstigen und damit gesellschaftliche Desintegration fördern (z. B. Hagen,

in der Au & Wieland, 2017; Tewksbury & Riles, 2015; Schweiger et al., 2019).

Repräsentation, Wissen übereinander und (Des-)Integration

In Demokratien gilt die Vielfalt von öffentlichen vertretenen Positionen als grundlegend. Kommunikative Integration setzt dementsprechend die Repräsentation verschiedener Akteure, und damit auch von Minderheiten, voraus (vgl. auch Weiß & Jandura, 2017). Daher wurde insbesondere mit der durch soziale Medien erhöhten sozialen Interaktivität und der Möglichkeit des Journalism Bypassings die Hoffnung verknüpft, dass sich Bürger, Interessensgruppen und Organisationen leichter vernetzen sowie ihre Themen und Standpunkte artikulieren können – auch solche, die im massenmedialen Diskurs zu kurz kommen (z. B. Engesser & Wimmer, 2009). Vor allem auf kommunaler und regionaler Ebene ist das bereits durchaus funktional für die kommunikative Integration, etwa, wenn sich Bürgerinitiativen in Beteiligungsverfahren einbringen und damit zum Finden tragfähiger Lösungen beitragen (Brettschneider, 2018). Nicht selten bleiben Diskussionen allerdings in Diskursnischen und damit innerhalb von Gruppen verhaftet. Der Zugang in die journalistische Berichterstattung, eine nach wie vor breitere Öffentlichkeit, ist nur unzureichend. So erzeugten etwa die Social-Media-Aktivitäten von Protestgruppen rund um Stuttgart 21 kaum mediale Resonanz (Stark, Magin, Jürgens & Geiss, 2015).

Auch die Vernetzung von ethnischen Minderheiten und Migrant*innen wird zwar durch soziale Medien begünstigt (z. B. Oiarzabal, 2012). Im massenmedialen Diskurs sehen sich allerdings Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland nicht angemessen repräsentiert (Bayerischer Rundfunk, 2016). Nicht nur finden sie ihre Anliegen selten berücksichtigt, sie werden überdies tendenziell stereotyp dargestellt (im Überblick Ruhrmann, 2018). Ähnliches zeigt sich für andere Bevölkerungsgruppen, beispielsweise Ostdeutsche (z. B. Pates, 2013). Werden in der medialen Berichterstattung Stereotype vermittelt, so erhöht dies die Identifikation innerhalb der adressierten sozialen Gruppe, kann sich auf die Ingroup also sozial integrativ auswirken. Gleichmaßen ist eine Entfremdung gegenüber anderen Gruppen oder der nationalen Gesellschaft denkbar. Die Befunde von Karadas, Neumann & Reinemann (2017) verdeutlichen das am Beispiel türkischer Migrant*innen: Diese nehmen

Medienberichte als negativ wahr und schließen daraus auf ein negatives Image bei der deutschen Bevölkerung, was schließlich entfremden kann. Ebenso berichten Ostdeutsche von einem Gefühl der Abwertung durch Medien, was ihr Gefühl der Zugehörigkeit zum „Ostdeutschsein“ stärkt (Kubiak, 2018). Beides kann schließlich den Rückzug in geschlossene Kommunikationsräume, also kommunikative Desintegration, verfestigen, wie es Kösters und Jandura (2018) bereits für einige Milieus feststellen. Entsprechend ist ein negativer Spiralprozess anzunehmen, indem sich kommunikative und soziale (Des-)Integration wechselseitig verstärken.

Fazit

Die vorgestellten Beispiele veranschaulichen einerseits die Ambivalenz von Integration und Desintegration in Abhängigkeit von der gewählten Perspektive – innerhalb von und zwischen Gruppen und Gesellschaften. Andererseits unterstreichen sie, dass kommunikative und soziale (Des-)Integration als zwei Seiten einer Medaille zu verstehen sind und sich gegenseitig bedingen. Das führt jedoch gleichzeitig dazu, dass kommunikative und soziale (Des-)Integration empirisch mitunter nur schwer voneinander abzugrenzen sind. Nichtsdestotrotz kann das Framework als hilfreiche Heuristik fungieren, anhand derer sich Forschung zu Integration und Desintegration durch die digitale Transformation der Kommunikation beschreiben und einordnen lässt, und bietet Anknüpfungspunkte für vielfältige Forschungsprojekte.

Literatur

- Anhut, R. & Heitmeyer, W. (2000). Desintegration, Konflikt und Ethnisierung. Eine Problemanalyse und theoretische Rahmenkonzeption. In W. Heitmeyer & R. Anhut (Hrsg.): *Desintegration, Konflikt und Ethnisierung. Eine Problemanalyse und theoretische Rahmenkonzeption* (S. 17-75). Weinheim, München: Juventa.
- Anhut, R. & Heitmeyer, W. (2005). Desintegration, Anerkennungsbalancen und die Rolle sozialer Vergleichsprozesse für unterschiedliche Verarbeitungsmuster. In W. Heitmeyer & P. Imbusch (Hrsg.), *Integrationspotenziale einer modernen Gesellschaft (Analysen zu gesellschaftlicher Integration und Desintegration, S. 75–100)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Aslan, E., Ersan-Akkilic, E. & Kolb, J. (2015). *Imame und Integration* (Wiener Beiträge zur Islamforschung). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Berger, J. & Milkman, K. L. (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. doi:10.1509/jmr.10.0353
- Brettschneider, F. (2014). „Wutbürger“ in der „Dagegen-Republik“? Grundregeln für die Kommunikation bei Infrastrukturprojekten. *Bauingenieur Jahressausgabe 2013/2014*, 12–15.
- Brettschneider, F. (2017). Wahlkampf: Funktionen, Instrumente und Fake News. *Bürger und Staat*, 2/3-2017, 146–153.
- Brettschneider, F. (2018). Partizipative Landesgesetzgebung. Nutzung und Wirkung dialogischer Beteiligungsverfahren in Baden-Württemberg. In U. Münch & A. Kalina (Hrsg.), *Demokratie revisited. Theorien, Befunde, Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos.
- Brosius, H.-B. (2016). Warum Kommunikation im Internet öffentlich ist. Zu Andreas Hepps Beitrag "Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten" (Publizistik Heft 3, 2016). *Publizistik*, 61(4), 363–372. doi:10.1007/s11616-016-0304-6
- Brüggemann, M., Loosen, W. & Neuberger, C. (2015). Von analog nach digital – Journalismus und Technik. Editorial. *Studies in Communication and Media*, 3(2), 145–152. doi:10.5771/2192-4007-2014-2-145
- Cerulo, K. A. (1997). Identity Construction: New Issues, New Directions. *Annual Review of Sociology*, 23, 385–409.
- Dubiel, H. (1999): Integration durch Konflikt? In J. Friedrichs und W. Jagodzinski (Hrsg.), *Soziale Integration*. (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 39, S. 132-144). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Esser, H. (2001). *Integration und ethnische Schichtung*. Arbeitspapier des Zentrums für Europäische Sozialforschung (MZES, Bd. 40). Mannheim: MZES.
- Engesser, S. & Wimmer, J. (2009). Gegen-öffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. *Publizistik*, 54(1), 43–63. doi:10.1007/s11616-009-0024-2
- Ettenhuber, A. (2007). *Die Beschleunigung des Fernsehverhaltens. Sekundäranalyse von Daten aus dem GfK-Fernsehpanel* (Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 9). München: Fischer.
- Friedrichs, J. & Jagodzinski, W. (1999). Theorien sozialer Integration. In J. Friedrichs und W. Jagodzinski (Hrsg.), *Soziale Integration*. (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 39, S. 9-43). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Haas, A. & Brosius, H.-B. (2013). Fragmentierung der Publikumsagenda im Zeitverlauf? In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli & O. Jarren (Hrsg.), *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit* (S. 187–202). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Habermas, J. (1981). *Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung* (Theorie des kommunikativen Handelns, 2. Auflage). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hagen, L. M., Au, A.-M. i. d. & Wieland, M. (2017). Polarisierung im Social Web und der intervenierende Effekt von Bildung: eine Untersuchung zu den Folgen algorithmischer Medien am Beispiel der Zustimmung zu Merkels "Wir schaffen das". *kommunikation@gesellschaft*, 18, 1–20.
- Hasebrink, U. & Schmidt, J.-H. (2013). Medienübergreifende Informationsrepertoires. Zur Rolle der Mediengattungen und einzelner Angebote für Information und Meinungsbildung. *Media Perspektiven*, 1/2013, 2–12.
- Hepp, A. & "Communicative Figurations" research network. (2017). *Transforming Communications. Media-related Changes in Times of Deep Mediatization* ("Communicative Figurations" research network, ZeMKI, Centre for Media, Communication, Hrsg.) (Working Paper Nr. 16). Bremen. Verfügbar unter http://www.kommunikative-figurationen.de/fileadmin/redak_kofi/Arbeitspapiere/CoFi_EWP_Hepp-Research-Network.pdf
- Hentschke, J. (2017). *Diskursangebote und Anschlussdiskurse. Kleinparteien im Bundestagswahlkampf 2013*. Baden-Baden: Nomos.

- Hölig, S. & Hasebrink, U. (2019). *Reuters Digital News Report 2019. Ergebnisse für Deutschland* (Verlag Hans-Bredow-Institut, Hrsg.) (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 47). Hamburg.
- Horan, T. J. (2013). 'Soft' Versus 'Hard' News on Microblogging Networks. *Information, Communication & Society*, 16(1), 43–60. doi:10.1080/1369118X.2011.64977
- Imbusch, P. & Rucht, D. (2005). Integration und Desintegration in modernen Gesellschaften. In W. Heitmeyer & P. Imbusch (Hrsg.), *Integrationspotenziale einer modernen Gesellschaft* (Analysen zu gesellschaftlicher Integration und Desintegration, S. 13–71). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Imhof, K. (2011): *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt am Main, New York: Campus Verlag.
- Jandura, O., Wendelin, M., Adolf, M. & Wimmer, J. (2017). Mediale Integration auf dem Prüfstand. In O. Jandura, M. Wendelin, M. Adolf & J. Wimmer (Hrsg.), *Zwischen Integration und Diversifikation. Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt im digitalen Zeitalter* (S. 1–7). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Karadas, N., Neumann, K. & Reinemann, C. (2017). Reziproke Effekte auf türkische Migranten. Eine Untersuchung zum Zusammenhang von sozialer Identität, Mediennutzung, Medienwahrnehmung und Medienwirkungen. *Studies in Communication and Media*, 6(2), 128–159. doi:10.5771/2192-4007-2017-2-128
- Knoblauch, H. (2017): *Die kommunikative Konstruktion der Wirklichkeit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kösters, R. & Jandura, O. (2018). Politische Kommunikation in heterogenen Lebenswelten. Kommunikationspraxis in politischen Milieus und Bedingungen ihrer Integration. *Studies in Communication and Media*, 7(2), 129–185. doi:10.5771/2192-4007-2018-2-1
- Krämer, B., Schroll, T. & Daschmann, G. (2009). Die Funktion der Koordination für den Journalismus. In P. Gendolla, A. Ligonski & D. Müller (Hrsg.), *Leitmedien. Konzepte - Relevanz - Geschichte* (S. 93–111). Bielefeld: Transcript.
- Kubiak, D. (2018). Der Fall „Ostdeutschland“. *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 12 (1), 25–42. doi:10.1007/s12286-017-0372-7
- Kümpel, A. S., Karnowski, V. & Keyling, T. (2015). News Sharing in Social Media. A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1(2), 1–14. doi:10.1177/2056305115610141
- Lockwood, D. (1964). Social Integration and Systems Integration. In G. K. Zollschan & W. Hirsch (Hrsg.), *Explorations in Social Change* (S. 244–257). London: Routledge.
- Loosen, W. & Schmidt, J.-H. (2012). (Re-)Discovering the Audience. *Information, Communication & Society*, 15(6), 867–887. doi:10.1080/1369118X.2012.665467
- Loosen, W. & Scholl, A. (2017). Journalismus und (algorithmische) Wirklichkeitskonstruktion. Epistemologische Beobachtungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(2), 348–366. doi:10.5771/1615-634X-2017-2-348
- Mahrt, M. (2014). Vom Lagerfeuer zur filter bubble – Konsequenzen der Nutzung digitaler Medien für die Integrationsfunktion von Medien. In K. Kleinen-von Königslöw & K. Förster (Hrsg.), *Medienkonvergenz und Medienkomplementarität aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive* (S. 127–146). Baden-Baden: Nomos.
- Mangold, F., Vogelgesang, J. & Scharnow, M. (2017). Nachrichtennutzung in Deutschland. Eine nutzerzentrierte Repertoireanalyse. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(4), 704–723. doi:10.5771/1615-634X-2017-4-704
- Merkel, W. (2017). Kosmopolitismus versus Kommunitarismus. Ein neuer Konflikt in der Demokratie. In P. Harfst, I. Kubbe & T. Poguntke (Hrsg.), *Parties, Governments and Elites. The Comparative Study of Democracy* (S. 9–23). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Napoli, P. M. (2014). Automated Media. An Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption. *Communication Theory*,

24(3), 340-360. doi:10.1111/comt.12039

Neuberger, C. (2009). Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In C. Neuberger, C. Nuernbergk & M. Rischke (Hrsg.), *Journalismus im Internet. Profession - Partizipation - Technisierung* (S. 19–105). Wiesbaden: VS.

Neuberger, C. (2012a). Bürgerjournalismus als Lösung? Empirische Ergebnisse zu den journalistischen Leistungen von Laienkommunikatoren. In O. Jarren, M. Künzler & M. Puppis (Hrsg.), *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung* (Medienstrukturen, Bd. 1, S. 53-76). Baden-Baden: Nomos.

Neuberger, C. (2012b). Journalismus im Internet aus Nutzersicht. Ergebnisse einer Onlinebefragung. *Media Perspektiven*, 1/2012, 40-55.

Neuberger, C. (2017a). Die Rückkehr der Masse. Interaktive Massenphänomene im Internet aus Sicht der Massen- und Komplexitätstheorie. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 65(3), 550-572. doi:10.5771/1615-634X-2017-3-550

Neuberger, C. (2017b). Soziale Medien und Journalismus. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (101-127). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Oiarzabal, P. J. (2012). Diaspora Basques and Online Social Networks. An Analysis of Users of Basque Institutional Diaspora Groups on Facebook. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(9), 1469–1485. doi:10.1080/1369183X.2012.698216

Pates, R. (2013). Einleitung - Der "Ossi" als symbolischer Ausländer. In R. Pates & M. Schochow (Hrsg.), *Der "Ossi"* (S. 7-20). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Pew Research Center. (2017). *Americans' Attitudes About the News Media Deeply Divided Along Partisan Lines*. Verfügbar unter http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/05/09144304/PJ_2017_05.10_Media-Attitudes_FINAL.pdf

Pleil, T. & Bastian, M. (2017). Soziale Medien in der externen Organisationskommunikation. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (130-149). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Pöttker, H. (2005). Soziale Integration. Ein Schlüsselbegriff für die Forschung über Medien und ethnische Minderheiten. In R. Geißler & H. Pöttker (Hrsg.), *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland: Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie* (Medienumbrüche, Bd. 9, S. 25-43). Bielefeld: transcript.

Prochazka, F. & Schweiger, W. (2016). Medienkritik online. Was kommentierende Nutzer am Journalismus kritisieren. *Studies in Communication and Media*, 5(4), 454-469. doi:10.5771/2192-4007-2016-4-454

Ruhrmann, G. (2018). Kommunikationswissenschaft: Migration und Medien. In I. Gogolin, V. B. Georgi & M. Krüger-Potratz (Hrsg.), *Handbuch interkulturelle Pädagogik* (S. 119-125).

Schimank, U. (2000). Gesellschaftliche Integrationsprobleme im Spiegel soziologischer Gegenwartsdiagnosen. *Berliner Journal für Soziologie*, 10(4), 449-469.

Schimank, U. (2005). *Differenzierung und Integration der modernen Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schmidt, J.-H. & Taddicken, M. (2017). Soziale Medien: Funktionen, Praktiken, Formationen. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 23-37). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Schweiger, W., Weber, P., Prochazka, F. & Brückner, L. (2019). *Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle. Begriffe, Nutzung und Wirkung*. Wiesbaden: Springer VS.

Schweiger, W. (2015). Online Media. In W. Donsbach (Hrsg.), *The Concise Encyclopedia of Communication* (S. 418-421). Malden, Oxford, Chichester: Wiley.

Schweiger, W. (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Spieker, A., Wenzel, G. & Brettschneider, F. (2017). *Bauprojekte visualisieren. Leitfaden für die Bürgerbeteiligung*. Stuttgart: Baden-Württemberg Stiftung.

Stark, B., Magin, M., Jürgens, P. (2017). *Ganz meine Meinung? Informationsmediäre und Meinungsbildung - Eine Mehrmethodenstudie am Beispiel von*

Facebook. LfM-Dokumentation Band 55. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Stark, B., Magin, M., Jürgens, P. & Geiß, S. (2015). Grassroots-Demokratie via Twitter? In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, O. Jarren & V. Wyss (Hrsg.), *Demokratisierung durch Social Media?* (S. 259-280). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton u. a.: Princeton Univ. Press.

Taddicken, M. & Schmidt, J.-H. (2017). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 4-22). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Tajfel, H. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tewksbury, D. & Riles, J. M. (2015). Polarization as a Function of Citizen Predispositions and Exposure to News on the Internet. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(3), 381-398. doi:10.1080/08838151.2015.1054996

Tewksbury, D. & Rittenberg, J. (2012). *News on the Internet. Information and Citizenship in the 21st century* (Oxford studies in digital politics). New York NY u. a.: Oxford University Press.

Vlašić, A. (2004). *Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Vowe, G. (2016). Politische Kommunikation in der Migrationskrise. *Publizistik*, 61(4), 431-440. doi:10.1007/s11616-016-0303-7

Weiß, R. & Jandura, O. (2017): Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt. Welche Leistungen öffentlicher Kommunikation braucht eine demokratische Gesellschaft? In O. Jandura, M. Wendelin, M. Adolf & J. Wimmer (Hrsg.), *Zwischen Integration und Diversifikation. Medien und gesellschaftlicher Zusammenhalt im digitalen Zeitalter* (S.11-31). Wiesbaden: VS.

Weßler, H. (2002). Multiple Differenzierung und kommunikative Integration - Symbolische Gemeinschaften und Medien. In K. Imhof, O. Jarren & R. Blum (Hrsg.), *Integration und Medien* (S. 56-76).

Dynamisierung	Flexibilisierung	Konnektivität	Algorithmisierung
Mediale Veränderungsdynamik	Auflösung von Medien- & Angebotsgrenzen	Vernetzung von Inhalten	„Datafication“
Medien- & Angebotsvervielfachung	Räumliche & zeitliche Disponibilität	Soziale Interaktivität	Personalisierung
Beschleunigung	Modularisierung von Inhalten	Viralität	
	Journalism Bypassing/partizipativer Journalismus	Virtual-Reality-Technologien	

Abbildung 1: Dimensionen und Aspekte der Transformation der Kommunikation

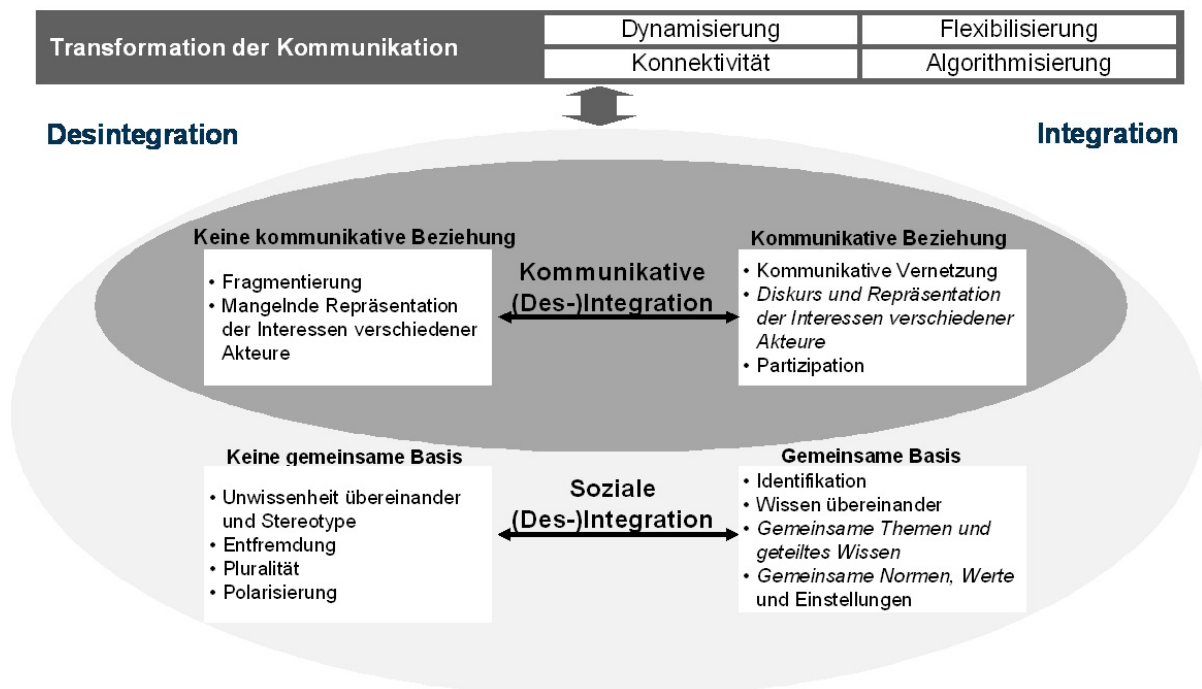


Abbildung 2: Framework zur Systematisierung des Forschungsfelds