

Medien als Institutionen und ihre Auswirkungen auf Organisationen

Perspektiven des soziologischen Neo-Institutionalismus für die Kommunikationswissenschaft

Patrick Donges

Während der Begriff der Institution und mit ihm verbundene Theorieansätze in anderen Sozialwissenschaften in den letzten Jahren breit diskutiert wurden, ist eine solche Debatte insbesondere in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft bislang ausgeblieben. Der Beitrag plädiert für einen stärkeren Einbezug insbesondere des organisationssoziologischen Neo-Institutionalismus in die kommunikationswissenschaftliche Theoriediskussion und begründet dies anhand der Frage, welche Auswirkungen Medien allein durch ihre Existenz auf Organisationen haben. Medien werden als Institutionen im Sinne dauerhafter Regelsysteme verstanden, die a) normative Erwartungen schaffen, b) Mechanismen für ihre Durchsetzung beinhalten, c) Akteure konstituieren und d) bei bestehenden Organisationen Wahrnehmung, Präferenzbildung und Strukturen beeinflussen. Organisationen orientieren sich an diesen institutionellen Regeln, weil sie damit Legitimität und Unterstützung erreichen wollen. Medien entfalten ihre Wirkung auf Organisationen damit durch gewisse Zwänge, aber auch durch den Druck von Berufsangehörigen sowie durch Imitation. Damit wirken Medien auf Organisationen nicht selbstständig ein, sondern vermittelt durch die Wahrnehmung und Interpretation einzelner Akteure, die in konfliktreichen Prozessen innerhalb der Organisation ausgehandelt wird.

Schlagwörter: Institutionen, Institutionalismus, Organisationen, Medienwirkung, Organisationskommunikation

1. Institutionalistisches Denken in der Kommunikationswissenschaft¹

Der Begriff der Institution und mit ihm verbundene Theorieperspektiven gewinnen in den Sozialwissenschaften seit einiger Zeit an Bedeutung und haben zu einer regelrechten „Renaissance des Institutionalismus“ geführt (so Mayntz/Scharpf, 1995: 40; vgl. auch Türk, 1997). Gemeint sind Ansätze wie der Neo-Institutionalismus innerhalb der Soziologie (vgl. u. a. DiMaggio/Powell, 1991b; Walgenbach, 2002; Hasse/Krücken, 2005) und der Politikwissenschaft (vgl. u. a. March/Olson, 1984; Göhler, 1987), die Institutionenökonomie in den Wirtschaftswissenschaften (vgl. u. a. North, 1990; Ebers/Gotsch, 2002) oder ein Ansatz wie der akteurzentrierte Institutionalismus (vgl. Mayntz/Scharpf, 1995). Alle diese Ansätze sind sich einig in der hohen Bedeutung, die institutionelle Regeln für die Gesellschaft, ihre Organisationen wie auch einzelne Individuen haben. Sie

1 Der Beitrag entstand innerhalb des Forschungsprojektes „Mediatization and structural change within political actors and organizations“, das im Rahmen eines Nationalen Forschungsschwerpunktes (NCCR) „Challenges to Democracy in the 21st Century“ am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich durchgeführt und vom Schweizerischen Nationalfonds (SNF) gefördert wird. Ich danke den Kolleginnen und Kollegen dieses Forschungszusammenhangs sowie den vier anonymen Gutachtern für ihre Hinweise – sie haben dem Beitrag gut getan.

unterscheiden sich in ihren konkreten Definitionen des Institutionenbegriffs wie auch im Stellenwert, den sie Institutionen analytisch zuordnen – als abhängiger oder unabhängiger Variable. Schimank (2000) hat Institutionen denn auch als „etwas analytisch Sperriges in der Mitte“ zwischen Akteuren und Strukturen bezeichnet, da sie je nach Fragestellung einem der beiden Pole zugeschlagen werden können (Schimank, 2000: 245–246). In dieser Breite des Institutionenbegriffs liegt jedoch sein theoriestrategischer Vorteil, bietet er doch die Chance, ihn als Brücke zu nutzen, um unterschiedliche Theorieansätze zwischen einzelnen sozialwissenschaftlichen Disziplinen wie auch den einzelnen Theorieebenen (Makro-, Meso- und Mikroebene) zu verknüpfen und wechselseitig fruchtbar zu machen (vgl. Scharpf, 2000a: 762).

In der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft ist eine solche Renaissance institutionalistischen Denkens (bislang jedenfalls) ausgeblieben. Dabei hat der Begriff der Institution in unserer Disziplin durchaus seine Geschichte: In seiner über ein Vierteljahrhundert alten Definition des Begriffs „Medium“ weist Saxer darauf hin, dass es sich bei Medien nicht einfach um technische Verbreitungs Kanäle handelt, sondern um „komplexe institutionalisierte Systeme, um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen“ (Saxer, 1999: 6; zuerst Saxer, 1980). Institutionalisation meint für Saxer dabei, dass Medien als „Erbringer entsprechender unentbehrlicher Leistungen ins gesellschaftliche Regelungssystem eingefügt“ werden, wobei die Typen der Institutionalisation sich durch die Form von Kontrollen unterscheiden, denen Medien unterliegen (Saxer, 1999: 6, 10–11). In der amerikanischen Literatur ist die Charakterisierung von Medien als Institutionen gebräuchlicher, wie gerade jüngste Publikationen aus den Forschungsfeldern Organisationskommunikation (vgl. Lammers/Barbour, 2006) und Politische Kommunikation (vgl. die Sonderausgabe „New Institutionalism and the News“ der Political Communication, insbesondere die Beiträge von Ryfe, 2006; Sparrow, 2006; Cook, 2006) zeigen.

Dass Medien gesellschaftlich institutionalisiert sind, ist sicher unbestritten. Aber sind sie auch Institutionen? Diese Frage wäre falsch gestellt, denn wir können nicht fragen, was Institutionen „eigentlich“ sind. Ein soziales Phänomen als eine Institution zu bezeichnen, ist eine theoretische Entscheidung, die von dem analytischen Kontext abhängig ist, in dem sie getroffen wird (vgl. u. a. Jepperson, 1991: 146; Türk, 1997: 145). Die Frage lautet vielmehr: Ist es plausibel und gewinnbringend, Medien als Institutionen zu denken und zur Bearbeitung kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen auf neue institutionalistische Theorieansätze zurückzugreifen? Der Beitrag plädiert dafür. Medien können und werden in der Kommunikationswissenschaft verschiedenartig aufgefasst: als technische Verbreitungs Kanäle öffentlicher Kommunikation, als organisierte Akteure mit eigenen Präferenzen und als ein funktionales Teilsystem der Gesellschaft mit einer eigensinnigen Handlungsorientierung. Medien beinhalten alle diese Aspekte – sie lassen sich aber auch als ein eigenständiger Typ Institution begreifen. Gerade weil Medien „organisatorische Aspekte mit normativen Faktoren verknüpfen“ bilden sie ein Normen- und Regelsystem, das wesentlich zur Stabilisierung moderner (Medien-)Gesellschaften beiträgt (Jarren, 1996: 81; vgl. auch Jarren, 1998: 74).

Die Breite institutionalistischen Denkens macht für diesen Beitrag zwei Beschränkungen notwendig. Die erste: Von den oben genannten institutionalistischen Ansätzen wird hier auf jene zurückgegriffen, die unter der Bezeichnung „Neo-Institutionalismus“ oder „New Institutionalism“ vorrangig in der soziologischen Organisationstheorie diskutiert werden. Anders als eine solche „-ismus“-Bezeichnung vielleicht suggeriert, handelt es sich hierbei aber nicht um eine geschlossene Theorie, sondern um ein Bündel verschiedener Ansätze, die den Begriff der Institution sowohl theoretisch als

auch methodologisch sehr unterschiedlich fassen (vgl. Tolbert/Zucker, 1999: 169). Zu unterscheiden ist etwa die Theorieebene, auf die Bezug genommen wird: Einerseits bilden Institutionen die Umwelten für Organisationen (Makroinstitutionalismus bzw. „environment-as-institution approach“), andererseits können Organisationen selbst als Institutionen für individuelle Akteure angesehen werden (Mikroinstitutionalismus bzw. „organisation-as-institution approach“) (vgl. Zucker, 1987: 444). Die zweite Beschränkung liegt darin, hier dem makroinstitutionalistischen Ansatz zu folgen und auf die *Auswirkungen von (Medien als) Institutionen auf Organisationen* unterschiedlicher Art zu fokussieren. Dahinter steht die Annahme, dass Lasswells Frage „with what effect?“ in der Kommunikationswissenschaft vor allem bezogen auf die Mikroebene von Individuen und Gruppen gestellt wird, weniger jedoch auf der Mesoebene von Organisationen. Hier bestehen zweifellos theoretische wie empirische Lücken, die es zu füllen gilt und für die institutionalistische Ansätze hilfreich sein können (vgl. u. a. Theis-Berglmair, 1999; Jarren, 2003; sowie jüngst Lammers/Barbour, 2006).

Mit diesem Fokus unterscheidet sich der Beitrag von der bereits angesprochenen Debatte in der amerikanischen Literatur, ob tagesaktuelle Medien (news media) als politische Institutionen zu charakterisieren sind und welche Folgen dies hat (vgl. grundlegend Cook, 1998; Sparrow, 1999; Schudson, 2002). Dort wird der Begriff der Institution primär auf Organisationen als Kommunikatoren bezogen und nach Regeln gefragt, die für Nachrichtenproduzenten (wie Medienorganisationen, politische Akteure etc.) institutionelle Wirkung haben: „The news media as an institution occurs as consensus arises across organizations on the definition of news and on processes to make it, but in ways that may defy efficiency“ (Cook, 2006: 162) Ähnlich definiert Sparrow „multivocal institutions“ als „those working news conventions that allow media firms [...] to simultaneously resolve their economic, professional, and informational pressures“ (Sparrow, 2006: 149). Mich interessiert im Folgenden hingegen, welche Auswirkung solche Regeln der Medien auf andere Organisationen in der Gesellschaft und damit auf diese insgesamt haben.

Der Aufbau des Beitrages folgt zwei Leitfragen: (1.) Was sind – aus der Sicht des Neo-Institutionalismus – Institutionen, und inwiefern lassen sich Medien als Institutionen klassifizieren? (2.) Welche Auswirkungen haben (Medien als) Institutionen auf Organisationen, welche Vorstellungen von Organisationen liegen dem zugrunde und welche Mechanismen werden dabei wirksam? Anhand der letzten beiden Teilfragen werden auch Unterschiede zwischen dem neo-institutionalistischen Denken und anderen Ansätzen der Kommunikationswissenschaft deutlich. In der Konklusion werden die wesentlichen Gewinne einer neo-institutionalistischen Perspektive auf Medien und ihre Auswirkungen auf Organisationen nochmals zusammengefasst.

2. Der Begriff der Institution

2.1 Institutionen als dauerhafte Regelsysteme

Im soziologischen Neo-Institutionalismus werden Institutionen als dauerhafte Regelsysteme definiert, die soziales Handeln sowohl beschränken als auch ermöglichen. Dies wird an einigen zentralen Begriffsdefinitionen deutlich:

„Institutionalized rules are classifications built into society as reciprocated typifications or interpretations [...]. Such rules may be simple taken for granted or may be supported by public opinion or the force of law“ (Meyer/Rowan, 1977: 341).

„Institutions are socially constructed, routine-reproduced [...] program or rule systems. They operate as relative fixtures of constraining environments and are accompanied by taken-for-granted accounts“ (Jepperson, 1991: 149).

„We define institutions as shared rules and typifications that identify categories of social actors and their appropriate activities or relationships“ (Barley/Tolbert, 1997: 96).

„Institutions are symbolic and behavioral systems containing representational, constitutive and normative rules together with regulatory mechanisms that define a common meaning system and give rise to distinctive actors and action routines“ (Scott, 1994: 68).

Gerade die letztgenannte Definition von Scott (1994) macht darauf aufmerksam, dass Institutionen aus verschiedenen *Typen von Regeln* bestehen, die sich zumindest analytisch unterscheiden lassen, wenngleich Institutionen sich gerade dadurch auszeichnen, dass sich die Regeln aufeinander beziehen.

Institutionen enthalten erstens *normative Regeln* in Form von Erwartungen darüber, wie Akteure sich verhalten sollen. Damit ist eine vorschreibende, bewertende und verpflichtende Dimension von Institutionen angesprochen (vgl. Walgenbach, 2002: 341). Scott bezeichnet jene Regeln als normativ „that stipulate expectations for behavior that are both internalized by actors and reinforced by the beliefs and actions of those with whom they interact“ (Scott, 1994: 67). Ihren Ausdruck finden normative Regeln in Rollen oder organisatorischen Routinen, die von Akteuren meist unbewusst und routinisiert befolgt werden. Normative Regeln ermöglichen und stabilisieren das Handeln zwischen Akteuren durch wechselseitige Erwartungssicherheiten (vgl. auch Schimank, 2000: 245; Esser, 2000: 2).

Institutionen enthalten zweitens Mechanismen in Form *regulativer Regeln*, durch die sie sich Geltung verschaffen können. Solche Regeln begrenzen und regulieren das Handeln von Akteuren, indem sie etwa die Wirkung von Normen durch Formen der Beobachtung, Kontrolle und Sanktionierung erhöhen (vgl. Scott, 2001: 51–54; Walgenbach, 2002: 341). Regulative Regeln können sowohl Formen rechtlich formalisierter Regeln als auch informelle Formen sozialer Sanktionierung umfassen – oder wie in der oben zitierten Formulierung bei Meyer/Rowan (1977: 341): „Institutionalized rules [...] may be supported by public opinion or the force of law“.

Institutionen enthalten drittens *konstitutive Regeln*, welche soziale Sachverhalte wie Akteure und ihre Präferenzen überhaupt erst schaffen. Während regulative Regeln Aussagen über die Eigenschaften eines Phänomens machen, wird es durch konstitutive Regeln erst gebildet. Aus institutionalistischer Sicht können Organisationen ihre Ziele, Strukturen und Praktiken nicht selbstständig und beliebig wählen, da diese auf Akzeptanz bei einzelnen Akteuren innerhalb wie außerhalb der Organisation und auch der Gesellschaft insgesamt stoßen müssen (vgl. Türk, 1997: 146).

Institutionen enthalten viertens *repräsentative Regeln*, die auf gemeinsame Symbolsysteme und geteilte Bedeutungen zwischen Individuen wie Organisationen verweisen. Jepperson (1991: 149) nennt diese Regeln auch „taken-for-granted accounts“. Scott definiert sie als jene, „that involve shared logics or modes of reasoning that help to create shared understandings of reality that are ‚taken for granted‘“ (Scott, 1994: 67). Gemeint sind also die Muster, nach denen Akteure sich ihre „Wirklichkeit“ konstruieren und sinnhaft erschließen. Zufällig und frei gewählte Formen des menschlichen Verhaltens nehmen als Institutionen für das Individuum wie auch für Organisationen einen bindenden Charakter an. Einmal institutionalisiert, erscheinen bestimmte soziale Praktiken als eine Tatsache, als Teil der objektiven Realität (vgl. Zucker, 1977: 726; Zucker, 1987: 444).

Für den soziologischen Neo-Institutionalismus ist insbesondere der konstitutive Aspekt institutioneller Regeln von zentraler Bedeutung. Institutionen werden als unabhängige Variable betrachtet, was den Neo-Institutionalismus insbesondere von einigen früheren institutionalistischen Ansätzen der Soziologie (vgl. DiMaggio/Powell, 1991a: 8) wie auch vom Ansatz der Institutionenökonomie unterscheidet. Die Institutionenökonomie geht als ökonomische Theorie vom Individuum aus. Institutionen werden definiert als „rules of the game in a society or, more formally, are the humanly devised constraints that shape human interaction“, die aber von Individuen geschaffen und verändert werden („a creation of human beings“, North, 1990: 3–5). Genau anders herum argumentiert der organisationssoziologische Neo-Institutionalismus: Akteure sind immer institutionell geprägt, und bereits die Ausbildung ihrer Präferenzen geschieht in Abhängigkeit von den institutionellen Umwelten, in denen sie agieren: „Institutions do not just constrain options; they establish the very criteria by which people discover their preferences“ (DiMaggio/Powell, 1991a: 10–11; vgl. auch Scharpf, 2000b: 79). Erst dadurch, dass sie soziales Handeln ermöglichen, werden soziale Regelsysteme zu Institutionen (vgl. auch Kappelhoff, 2002: 63). Barley/Tolbert (1997) haben Institutionen daher treffend mit der Grammatik einer Sprache verglichen: „Institutions are to social action as grammars are to speech“ (Barley/Tolbert, 1997: 96–97) – ohne das Regelwerk von Institutionen wären soziale Handlungen wie einzelne Wörter, die keine Bezüge zueinander entwickeln können.

Die *Entstehung von Institutionen* wird im organisationssoziologischen Neo-Institutionalismus zwar auf das Handeln von Akteuren zurückgeführt, aber nicht zwingend auf deren Intentionen: „While institutions are certainly the result of human activity, they are not necessarily the products of conscious design“ (DiMaggio/Powell, 1991a: 8). Es wird nicht ausgeschlossen, dass Akteure und ihre Interessen bei der Entstehung und Reproduktion von Institutionen eine wichtige Rolle spielen können. Im Gegenteil: Institutionen können nur dann entstehen und sich durchsetzen, wenn sie von Akteuren unterstützt werden, und Prozesse der Institutionalisierung sind auch – aber eben nicht nur – von Akteuren abhängig, die als „institutional entrepreneurs“ bezeichnet werden können (vgl. DiMaggio, 1988: 13; Powell, 1991: 191). Dabei ist jedoch eine zeitliche Verschiebung zu berücksichtigen: Institutionen sind in der Regel ein Ausdruck früherer Praktiken und Denkweisen, die heutige Handlungen konditionieren (vgl. Barley/Tolbert, 1997: 99). Durch die Betonung dieser zeitlichen Differenz unterscheidet sich der Neo-Institutionalismus von der Strukturierungstheorie Giddens', bei dem Strukturen dem Handeln innerlich sind, also im Handeln selbst entstehen (vgl. Giddens, 1995). Der Neo-Institutionalismus differenziert Handeln und Strukturen zeitlich und fragt danach „how choices made at one point in time create institutions that generate recognizable patterns of constraints and opportunities at a later point“ (Powell, 1991: 188).

Die *Reproduktion von Institutionen* erfolgt im Verständnis des Neo-Institutionalismus nicht primär durch bewusstes Handeln von Akteuren, sondern durch ritualisiertes „Abarbeiten“ (vgl. Hasse/Krücken, 2005: 90). Insbesondere Jepperson (1991) vertritt die Position, dass Akteure gegenüber Institutionen nicht intentional handeln, sondern sie in habitualisierter Form vollziehen: „One enacts institutions; one takes action by departing from them, not by participating in them“ (Jepperson, 1991: 149). Der Begriff „to enact“ hat dabei im Englischen eine doppelte Bedeutung, die durch keine deutsche Übersetzung adäquat wiedergegeben werden kann – er bedeutet sowohl „aufführen“, „inszenieren“ als auch „verfügen“, „verordnen“. Wenn institutionalisierte Regeln in habitualisierter Form vollzogen oder abgearbeitet werden, so erlangen sie zugleich soziale Gültigkeit.

2.2 *Der Status von Medien als Institutionen*

Medien sind analytisch als Institutionen anzusehen, da sie als dauerhaft angelegte Regelsysteme soziales Handeln begrenzen und ermöglichen und im Sinne aller vier aufgezeigten Typen institutioneller Regeln auf Organisationen einwirken.

Medien wirken auf Organisationen normierend ein, indem sie die Einhaltung normativer Vorgaben und die Schaffung von wechselseitiger Erwartungssicherheit ermöglichen. Diese normative Wirkung von Medien ist nicht nur ein Ergebnis ihrer Berichterstattung, sondern bereits ihrer bloßen Existenz: Alle gesellschaftlich relevanten Organisationen müssen permanent mit einer Medienberichterstattung über sich rechnen und sind gezwungen, sich präventiv auf eine solche einzustellen. Dies geschieht etwa durch strukturelle Veränderungen, wie dem Aufbau von Umweltbeobachtungen oder Kommunikationsabteilungen (vgl. u. a. Jarren, 2001: 10). Die Beobachtung, von Medien beobachtet zu werden oder jederzeit werden zu können, ist darüber hinaus für den Ausbau von normativen Erwartungssicherheiten in hohem Maß relevant. Hierauf hat, aus einer systemtheoretischen Perspektive, insbesondere Marcinkowski aufmerksam gemacht (vgl. Marcinkowski, 2001, 2002): Medien ermöglichen Organisationen die Beobachtung, selbst beobachtet zu werden und sich als Teil der Umwelt anderer Organisationen zu sehen. Diese Beobachtung zweiter Ordnung ist die Grundlage dafür, Erwartungen anderer Organisationen überhaupt wahrzunehmen und das eigene Handeln auf diese Erwartungen hin auszurichten.

Medien wirken auf Organisationen regulierend ein, in dem sie Handlungsverläufe strukturieren und Handlungsmöglichkeiten begrenzen. Eine der bekanntesten und wichtigsten Formen der Regulierung sind sicherlich die Nachrichtenfaktoren, die relativ verlässlich festlegen, über welche Ereignisse Medien berichten und wie Akteure Kommunikationsangebote aufbauen müssen, um von den Medien beachtet zu werden (vgl. u. a. Eilders, 1997). Nachrichtenfaktoren begrenzen damit die Kommunikationsmöglichkeiten der Akteure, vor allem derjenigen, die mit ihren Themen auf öffentliche Resonanz angewiesen sind.

Medien wirken auf Organisationen konstitutiv ein, und dies bereits dadurch, dass sie keine einfachen und neutralen „Vermittler“ gesellschaftlicher Kommunikation, sondern sinn- und bedeutungsgenerierende Systeme sind. Medienkommunikation konstituiert und transformiert das Handeln von Akteuren ebenso wie ganzer Teilsysteme durch die Allokation von Sinn (vgl. Saxer, 2004: 152). Sie strukturiert die Wahrnehmung von Akteuren ebenso wie ihre Präferenzen. Dies beginnt bereits damit, dass Organisationen ihre Umwelt wesentlich anhand massenmedialer Berichterstattung wahrnehmen, also ähnlich wie Individuen ihr Wissen über die Welt aus Medien beziehen. Auch die gesellschaftlichen Anforderungen, die an Organisationen gestellt werden, werden zu einem großen Teil über die Medien an diese vermittelt. Die Logiken der Medien, ihre Selektions-, Präsentations- und Interpretationsregeln formen damit auch die Wahrnehmung der organisationalen Umwelten.

Organisationen nehmen damit auch wahr, dass ihre Wirkung auf Medien relevant ist. „How will it play at the media?“ (so eine Formulierung von Blumler/Kavanagh, 1999: 214) kann für Organisationen eine entscheidende Frage im Prozess der Zielfindung werden, in dem bestimmte Ziele möglicherweise nicht mehr verfolgt werden, weil sie sich nicht darstellen lassen oder gegenüber den medialen Beobachtern der Organisation „schlecht rüberkommen“. Solche Verschiebungen werden sich auch strukturell niederschlagen, indem sich etwa Regeln zwischen den Akteuren bilden (Beispiel: Wer spricht für die Organisation?) und entsprechende Ressourcen neu verteilt werden.

Medien als Institutionen wirken aber nicht nur auf die Konstitution bestehender Organisationen ein, sondern durch sie werden auch neue Akteure und Akteurstypen konstituiert. Rund um die massenmediale Kommunikation von Organisationen, sei es intern oder extern, haben sich eine Vielzahl von Berufsrollen (Sprecher, Berater etc.) und Organisationen (PR-Agenturen, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen etc.) gebildet. Durch diese Akteure wird, wie noch gezeigt werden wird, ein normativer Druck auf Organisationen ausgeübt.

Die Auswirkung von Medien auf Organisationen lässt sich schließlich dadurch charakterisieren, dass Organisationen wie Individuen eine Vorstellung davon haben, wie Medien funktionieren und welche Wirkung sie entfalten können. Diese Annahmen werden vielfach nicht hinterfragt, sondern sind als repräsentative Regeln oder *Selbstverständlichkeiten* internalisiert. Auf diesen Aspekt der Medienlogik haben Altheide und Snow bereits 1979 hingewiesen: „Existing media logic is so incorporated into contemporary urban society that media professionals and the public take for granted that ‚seeing‘ social phenomena through media logic is ‚normal‘. To this extent, media logic may ‚cultivate‘ a media consciousness as well as a media culture“ (Altheide/Snow, 1979: 236). Gerade aus dieser „taken for grantedness“ heraus können Medien ihre Wirkung auf die Gesellschaft entfalten: „Media are powerful because people have adopted a media logic. Since people perceive, interpret, and act on the basis of the existing media logic, that logic has become a way of life“ (Altheide/Snow, 1979: 237). Medien wirken bereits durch die Annahme einer hohen Medienwirkung, die von den Organisationen nicht mehr hinterfragt, sondern stillschweigend vorausgesetzt wird. In der Wirkungsforschung ist dieser Zusammenhang unter dem Stichwort „influence of presumed influence“ diskutiert worden (vgl. Gunter/Storey, 2003).

Der kognitive Aspekt von Medien als Institutionen zeigt sich auch daran, dass es zwischen einzelnen Ländern und Kulturkreisen erhebliche Unterschiede im Verständnis von Medien und ihren Funktionen gibt, die sich nicht auf die Interessen handelnder Akteure zurückführen lassen. Wir können beispielsweise mit Hallin/Mancini (2004) verschiedene auch kulturell geprägte Modelle von Mediensystemen unterscheiden: Ein „mediterranes“ oder polarisiert pluralistisches Modell, in dem politische Konfliktlinien einen starken Niederschlag im Mediensystem finden (political parallelism), ein „nord-europäisches“ oder demokratisch korporatives Modell, in dem sich die Presse historisch von den Parteien gelöst hat und der öffentliche Rundfunk eine tragende Rolle spielt, sowie ein „nordatlantisches“ oder liberales Modell, in dem die Medien stark kommerzialisiert und politisch neutral sind als in den anderen Modellen (vgl. Hallin/Mancini, 2004). Auf die Bedeutung kultureller Normen in der politischen Kommunikation weist auch Pfetsch (2003) hin und unterscheidet medienorientierte, PR-orientierte, strategische und (partei)politische Typen von Kommunikationskulturen (vgl. Pfetsch, 2003: 52). Diese Kommunikationskulturen basieren für Pfetsch auf Interaktionsbeziehungen zwischen Medien und Politik. Sie sind institutionell damit erklärbar, da aus früheren wechselseitigen Wahrnehmungen und Interaktionen einzelner Akteursgruppen Regeln erwachsen, die auch ihr heutiges Verhältnis zueinander noch prägen. Solche Interaktionsorientierungen sind damit nicht „rational“ oder durch Modelle rationaler Wahl erklärbar, sondern man muss ihre Geschichte, ihren institutionellen Pfad kennen, um sie zu verstehen. Für die „media logic“ wie für andere institutionalisierte Regelsysteme gilt: Sie sind Produkte früheren sozialen Handelns, aber nicht zwingend intentional geplant. Medien und ihre institutionellen Regeln haben sich in bestimmten historischen Konstellationen und unter Mitwirkung bestimmter „institutional entrepreneurs“ gebildet, später jedoch unabhängig von diesen Akteuren und eigendynamisch weiter entwickelt.

3. Institutionen und Organisationen

3.1 Organisationsverständnis des Neo-Institutionalismus

Der Neo-Institutionalismus baut auf älteren institutionalistischen Ansätzen wie insbesondere jenem von Selznick auf, entwickelt ihn aber weiter. Ein relevanter Unterschied zwischen „altem“ und „neuem“ Institutionalismus ist das Organisationsverständnis: „Whereas the old institutionalism viewed organizations as organic wholes, the new institutionalism treats them as loosely coupled arrays of standardized elements“ (DiMaggio/Powell, 1991a: 14). Organisationen bilden im Verständnis des Neo-Institutionalismus keine geschlossenen Akteure, Vorstellungen zielgerichtet und effizient handelnder Organisationen werden zurückgewiesen (DiMaggio/Powell, 1991a: 8). Vielmehr werden Organisationen primär als offene und nur lose gekoppelte Handlungssysteme betrachtet, als „congeries of interdependent flows and activities linking shifting coalitions of participants embedded in wider material-resource and institutional environments“ (Scott, 2003: 29; vgl. auch Weick, 1985: 161–170). Ein häufig genannter Bezugspunkt ist Weicks prozessorientierter Ansatz des „Organizing“, der davon ausgeht, dass sich Organisationen zunächst auf Basis gemeinsamer Mittel bilden und erst danach aus den verschiedenen Zielen ihrer Teilnehmer gemeinsame Ziele entwickelt werden. Mitunter werden Ziele auch erst retrospektiv entwickelt. Das wichtigste gemeinsame Ziel ist für Weick die Erhaltung der Organisationsstruktur, die gemeinsame Mittel bereitstellt (vgl. Weick, 1985: 133–138).

Für die Erhaltung der Organisationsstruktur, das „Überleben“ der Organisation, ist aus Sicht des Neo-Institutionalismus ihre Legitimität zentral. Organisationen sind nicht in der Welt, weil sie individuellen Optimierungskalkülen entstammen, sondern weil sie institutionellen Ansprüchen entsprechen – so lässt sich das Organisationsbild mit Türk (1997: 151) auf den Punkt bringen. Legitimität als Leitbegriff des Neo-Institutionalismus kann dabei mit Suchman definiert werden als „generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions“ (Suchman, 1995: 574). Rationalität hingegen ist für die Neo-Institutionalisten keine eigenständige Variable, sondern von den jeweiligen institutionellen Strukturen abhängig, in der sie definiert wird (vgl. Meyer/Rowan, 1977: 343). Sobald als rational geltende Regeln in der Umwelt von Organisationen institutionalisiert sind, übernehmen Organisationen diese und fügen sie in ihre formalen Strukturen ein – und dies unabhängig davon, ob diese formalen Strukturen für sie effizient sind. Schimank (2002: 49) hat dafür den treffenden Begriff der Rationalitätsfiktion geprägt. Der Neo-Institutionalismus geht somit zusammengefasst davon aus, dass Organisationen, ihre Strukturen, Verfahren und sogar ihre Ziele und Präferenzen institutionell konstituiert werden, dass institutionelle Regeln wie „Fakten“ in das soziale Leben eingehen und deren Stabilität durch die Ausbildung von Erwartungsstrukturen sichern (Walgenbach, 2002: 320–323).

Damit unterscheidet sich das Organisationsverständnis des Neo-Institutionalismus auch deutlich von einem Bild geschlossener Organisationen, wie es etwa Luhmanns Theorie selbstreferentieller Systeme zeichnet. Luhmann begreift Organisationen als operativ geschlossene Systeme, die Entscheidungen kommunizieren (vgl. Luhmann, 1997: 830; Luhmann, 2000: 63). Die Grenzen zwischen Organisation und Umwelt erscheinen eindeutig, die Mitgliedschaft in einer Organisation bedeutet nach diesem Verständnis Kohärenz und Integration: „Jeder kann immer auch anders handeln und mag den Wünschen und Erwartungen entsprechen oder auch nicht – aber nicht als Mitglied

einer Organisation. Hier hat es sich durch Eintritt gebunden“ (Luhmann, 1997: 829). Damit wird die integrative Wirkung von Organisationen, die Bindung ihrer Mitglieder allein durch den Eintritt, sicherlich überschätzt. Insbesondere bei Organisationen, deren Basis gemeinsame Interessen bilden, reicht eine Bindung durch die Mitgliedschaftsregel vermutlich nicht aus, um eine kohärente Organisation zu bilden. Kohärenz und Handlungsfähigkeit von Organisationen werden vielmehr erst durch konfliktreiche Aushandlungsprozesse in der Organisation selbst hergestellt.

3.2 Institutionen und Organisationen im Neo-Institutionalismus

In den frühen, klassischen Texten des Neo-Institutionalismus wurde das Verhältnis von Institutionen und Organisationen sehr deterministisch dargestellt, wurden Organisationen als Gefangene eines „iron cage“ aus institutionellen Anforderungen beschrieben (vgl. DiMaggio/Powell, 1983), deren Überleben davon abhängig ist, inwieweit sie ihren Umwelтанforderungen entsprechen: „Organizations that incorporate societally legitimated rationalized elements in their formal structures maximize their legitimacy and increase their resources and survival capabilities“ (Meyer/Rowan, 1977: 352; vgl. auch Zucker, 1987: 445).

Für die *Durchsetzung institutionalisierter Regelsysteme auf der Ebene von Organisationen* sorgen aus Sicht dieser frühen Texte des Neo-Institutionalismus drei zentrale Mechanismen: Zwang, normativer Druck und Imitation (vgl. Meyer/Rowan, 1977: 341; DiMaggio/Powell, 1983: 151–152). Alle drei Mechanismen gemeinsam sorgen dafür, dass sich Strukturen und Praktiken von Organisationen einander immer mehr annähern (Homogenisierungsthese).

- Mit Zwang (coercive isomorphism) meinen DiMaggio und Powell nicht nur rechtliche, sondern auch kulturelle Erwartungen an eine Organisation, die sowohl von außen, d. h. von ihrer Umwelt, als auch von innen, d. h. von den Teilnehmern ausgehen können. „Such pressures may be felt as force, as persuasion, or as invitations to join in collusion“ (DiMaggio/Powell, 1983: 150).
- Normativer Druck (normative isomorphism) wird nach DiMaggio/Powell vor allem von Professionen oder Angehörigen bestimmter Berufsgruppen erzeugt, im Zuge eines „collective struggle of members of an occupation to define the conditions and methods of their work, to control, the production of producers“ [...], and to establish a cognitive base and legitimation for their occupational autonomy“ (DiMaggio/Powell, 1983: 152).
- Imitation (mimetic isomorphism) kommt vor allem als Reaktion auf Unsicherheit zum Tragen. Bei unklaren Zielen und unsicheren Umweltbedingungen imitieren Organisationen die Strukturen anderer Organisationen, die sie für erfolgreich halten.

In ihrer Zuspitzung wird die These einer völligen Abhängigkeit der Organisationen von ihren institutionellen Umwelten heute nicht mehr vertreten. Vielmehr dominiert heute die Einsicht einer *Pluralität institutioneller Umwelten*: „It is strongly implied that there is not one but many institutional environments and that some would-be sources of rationalized myths may be in competition if not conflict“ (Scott, 1991: 167). Zugespielter noch Sparrow: „Institutions [...] may abrade or even clash with each other“ (Sparrow, 2006: 148). Mit Scott (1991) ist davon auszugehen, dass Organisationen gewisse Wahlmöglichkeiten haben, auf welche ihrer institutionellen Umwelten sie mit welchen Veränderungen ihrer organisatorischen Strukturen reagieren. Man könnte ergänzen: Organisationen müssen sich bei widersprechenden institutionellen Anforderungen entscheiden, welchen sie folgen. Die Möglichkeit, auf institutionelle Anforderungen zu

reagieren, ist in diesem Sinne nicht nur eine Freiheit, sondern kann auch eine Belastung sein. In wichtigen Studien diskutieren Oliver und Suchman mögliche Strategien von Organisationen gegenüber institutionellen Anforderungen (Oliver, 1991; Suchman, 1995). Oliver betont dabei vor allem den Stellenwert von Kompromissen, die notwendig sind, wenn Organisationen mit unterschiedlichen oder gar widersprüchlichen institutionellen Anforderungen konfrontiert werden oder diese in offensichtlichem Widerspruch zu Organisationszielen stehen. Die Strategie des Kompromisses besteht meist darin, die einzelnen Ansprüche untereinander auszuhandeln und in Balance zu halten. Suchman (1995) hingegen verweist darauf, dass auch die Leitung einer Organisation einen Einfluss darauf habe, ob und inwieweit Strukturen und Praktiken der Organisation als legitim wahrgenommen werden.

Die institutionelle Prägung von Organisationen zeigt sich auch an ihrer *Pfadabhängigkeit*. Organisationen tragen in ihren Strukturen und Praktiken die institutionellen Regeln ihrer Gründung in sich. Diese können nicht einfach verändert oder „abgeschüttelt“ werden, sondern sind die Ursache dafür, dass Organisationen mitunter nur mühsam auf Veränderungen ihrer Umwelt reagieren können.

3.3 Auswirkungen von Medien auf Organisationen

Die drei zentralen Mechanismen Zwang, normativer Druck und Imitation, durch die sich institutionelle Regeln auf der Ebene von Organisationen durchsetzen, lassen sich auch auf das Verhältnis von Organisationen und Medien als Teil ihrer institutionellen Umwelt anwenden.

Der Mechanismus des *Zwangs* entspricht auf der einen Seite dem, was häufig mit dem Begriff einer „Macht der Medien“ gemeint ist: Medien verfügen über Selektions-, Präsentations- und Interpretationsregeln, die Organisationen kennen und beachten müssen, wenn sie ihre Aufmerksamkeit und eine in ihrem Sinne positive Thematisierung erreichen wollen. Diese Regeln sind für Organisationen selbstverständlich und werden kaum hinterfragt. Damit erreichen Medien, dass ihr Status als Institutionen immer wieder reproduziert wird: „It is the taken-for-grantedness of the media in conjunction with their place in the political system and the implicit or explicit values that are publicized – and therefore legitimated – in print and video form that enable media firms to reproduce a world that favors their own continued prominence“ (Sparrow, 2006: 151). Auf der anderen Seite geht der Zwang zur Beachtung medialer Regeln auch von innen aus, etwa dann, wenn von Mitgliedern einer Organisation eine positive Thematisierung in den Medien erwartet wird. Dies ist vor allem für politische Organisationen der Fall, deren Leistungen von den Mitgliedern auch anhand ihrer Präsenz in den Medien beurteilt wird.

Der Mechanismus des *normativen Drucks* geht in der Sichtweise von DiMaggio/Powell vor allem von Berufsrollenträgern aus, die nach Autonomie, Kontrolle und Legitimation streben. Auch dieser Mechanismus lässt sich auf das Verhältnis von Medien als Institutionen und Organisationen übertragen und am Beispiel der Public Relations demonstrieren. PR-Akteure unterstützen die Bedeutung der institutionellen Regeln des Mediensystems aus eigenen Interessen heraus, da sie Legitimität für ihr berufsspezifisches Wissen erreichen wollen und schlicht davon leben, dass sie diese Regeln kennen und anwenden können. Sie fördern damit zugleich die Homogenisierung innerhalb bestimmter Felder, da das Wissen über Techniken, Instrumente und Wirkungen der Öffentlichkeitsarbeit von Organisationen weitgehend standardisiert wird. Die Legitimität von PR-Maßnahmen entwickelt sich in Netzwerken der Berufsangehörigen und im

Bildungsbereich, zum Beispiel auch an den Universitäten. Auf öffentliche Unterstützung angewiesene Organisationen greifen dann auf ein weitgehend homogenes Set an Möglichkeiten zurück, die gesellschaftlich als legitim erachtet werden und mit denen sie auf massenmediale Beobachtung reagieren können.

Der Mechanismus der *Imitation* kommt schließlich dann zum Tragen, wenn Organisationen andere Organisationen und deren Kommunikation beobachten und aus Unsicherheit bestimmte Strukturen und Praktiken übernehmen. Dieser Mechanismus ist vor allem dann wirksam, wenn solche Strukturen und Praktiken von anderen Beobachtern, wie Beratungsfirmen oder auch der Wissenschaft, als „best practice“-Modelle geadelt wurden, oder wenn sie mit (zumeist englischsprachigen) Begriffen belegt werden, durch die sich Modernität suggerieren lässt.

An dieser Stelle wird der Unterschied zwischen neo-institutionalistischen Ansätzen und Sichtweisen deutlich, welche *Organisationen* primär als *rationale Handlungssysteme* begreifen. Es zeigt sich an Begriffen wie Kommunikationsmanagement, Strategie, Planung, Effizienz etc.: Das rationale Organisationsverständnis geht grundlegend davon aus, dass Organisationen ihr Verhältnis zu Medien auf Basis ihrer eigenen Ziele planen und steuern können. Veränderungen der Organisationen als Folge ihrer Kommunikationsaktivitäten – etwa der Aufbau organisatorischer Strukturen wie PR-Abteilungen und entsprechende Praktiken – ist dann ein Instrument jener Organisationsziele und von diesen abgeleitet. Der Neo-Institutionalismus dreht diese Argumentationskette um: Ziele von Organisationen werden erst in Abhängigkeit von ihren institutionellen Umwelten intern ausgehandelt, und Organisationen, ihre Strukturen wie Praktiken, sind auch durch Managementaktivitäten nur begrenzt gestaltbar. Die institutionelle Prägung und Pfadabhängigkeit von Organisationen, die nur lose Verbundenheit ihrer einzelnen Teile sowie deren Resistenz gegenüber zentralen Steuerungsbemühungen nehmen aus dieser Sicht Begriffen wie einem „strategischen Kommunikationsmanagement“ den analytischen Gehalt.

Auf der anderen Seite wird in der Literatur die Medienwirkung auf Organisationen mitunter pauschal als eine *passive Anpassung* von Organisationen an die Medienlogik beschrieben. Deutlich wird dies beispielsweise in der Diskussion um eine mögliche Medialisierung politischer Organisationen (vgl. Donges, 2005). Medialisierung wird dabei definiert als „Folge der Anpassung politischer Organisationen und Akteure an die System- und Handlungslogik der Massenmedien“ (Westerbarkey, 1995: 155; vgl. auch Schulz, 2004: 89). Dieses Verständnis einer passiven Anpassung übersieht die vom Neo-Institutionalismus betonte Pluralität institutioneller Umwelten sowie den Charakter von Organisationen als offenen Handlungssystemen: Medien sind zwar gerade für politische Organisationen eine wichtige, aber nicht die einzig relevante institutionelle Umwelt. Sie lösen zudem andere Regelsysteme, etwa des Politischen, nicht ab, sondern ergänzen sie (vgl. Marcinkowski, 2005: 346). Organisationen bewegen sich immer in Räumen mit unterschiedlichen institutionellen Anforderungen, denen sie zwar Rechnung tragen müssen, ihnen bleiben aber insbesondere bei widersprüchlichen Anforderungen Handlungsoptionen – und damit auch Handlungsdilemmata.

Schließlich können auch die institutionellen Anforderungen, die von Medien ausgehen, unterschiedlich bzw. in sich widersprüchlich sein. Zwar haben Medien als Institutionen bestimmte Organisationsbedingungen, Nachrichtenwerte, Produktionsroutinen und Formatzwänge gemeinsam, sie unterscheiden sich aber auch – denken wir nur an unterschiedliche Ausprägungen von Unterhaltungsorientierungen. Die entscheidende Frage ist also nicht, wie sich Organisationen einer Medienlogik anpassen, sondern wie sie die Anforderungen unterschiedlicher institutioneller Umwelten ausbalancieren, aus

denen sie Unterstützung und Legitimität beziehen. Aus Sicht der Organisation sind Widersprüche in den institutionellen Umwelten immer mit Konflikten verbunden und zwingen sie dazu, einzelne Strukturen und Praktiken voneinander zu entkoppeln (zum Begriff des „decoupling“ vgl. Meyer/Rowan, 1977: 357). *Entkopplung* ermöglicht es der Organisation, legitimierte formale Strukturen aufrechtzuerhalten und gleichzeitig die tatsächlichen Organisationsaktivitäten flexibel zu gestalten (vgl. auch Walgenbach, 2002: 338–340). Übertragen auf die Frage der Medienwirkung und der Kommunikation von Organisationen kann der Begriff der Entkopplung auch so verstanden werden, dass Organisationen gegenüber einzelnen institutionellen Umwelten unterschiedlich kommunizieren und handeln. In der Kommunikationswissenschaft wird dies häufig als Inszenierung bezeichnet. Der Begriff der Inszenierung ist allerdings nicht unproblematisch, setzt er doch Authentizität als sein Gegenteil und damit ein realistisches Erkenntnismodell voraus.

4. Konklusion: Auswirkungen von Medien auf Organisationen aus neo-institutionalistischer Perspektive

Der Beitrag plädiert dafür, dass es sowohl plausibel als auch gewinnbringend ist, Medien als Institutionen zu denken und in der Kommunikationswissenschaft mit neuen institutionalistischen Theorieansätzen zu arbeiten. Dieser Gewinn wurde anhand der Frage diskutiert, welche neuen oder anderen Perspektiven sich aus Sicht eines dieser Ansätze, dem organisationssoziologischen Neo-Institutionalismus, in Bezug auf die Frage ergeben, welche Auswirkungen Medien auf Organisationen haben.

Medien lassen sich als Institutionen charakterisieren. Sie sind auf Dauer angelegte, durchsetzungsfähige Regelsysteme, die normative Erwartungen schaffen, Mechanismen für ihre Durchsetzung beinhalten, Akteure konstituieren und bei bestehenden Organisationen Wahrnehmung, Präferenzbildung und Strukturen beeinflussen. Aus Sicht von Organisationen schafft und sichert die Befolgung dieser Regeln Legitimität, und dies sowohl nach außen (im Verhältnis zur Gesellschaft wie zu anderen Organisationen) wie nach innen (im Verhältnis zu Mitgliedern, Mitarbeitern etc.). Medien wirken damit auf Organisationen nicht nur in Form konkreter Berichterstattung ein, sondern bereits durch ihre Existenz, durch die von der Organisation und ihrer Teile antizipierte Möglichkeit, Gegenstand von Berichterstattung zu werden. Der institutionelle Zugang macht darauf aufmerksam, dass Medien ihre Wirkung auf Organisationen nicht selbstständig entfalten, sondern vermittelt durch die Wahrnehmung und Interpretation von Akteuren.

Dabei sind Organisationen nicht als geschlossene und zielorientierte Akteure zu denken, sondern als offene und lose gekoppelte Handlungssysteme, in denen gemeinsame Ziele erst ausgehandelt werden müssen. Medien als institutionelle Umwelt können für einzelne Teile dieses Handlungssystems unterschiedlich relevant sein. Diejenigen Teile innerhalb einer Organisation (Funktionsbereiche, Abteilungen, Personen), denen Medien und ihre Berichterstattung ein hohes Maß an Legitimität – und damit auch an Autonomie und Ressourcen – verschaffen, werden bemüht sein, Kommunikation als zentrale Aufgabe für die Organisation insgesamt zu definieren. Gleiches gilt für externe Berater, Agenturen etc.: Institutionen schaffen Akteure, die an ihrer Durchsetzung mitwirken. Auch die Kommunikationswissenschaft spielt hier keine neutrale Rolle. Sie fördert die Durchsetzung bestimmter institutioneller Regeln, etwa mit dem Insistieren darauf, wie wichtig eine „gute“ öffentliche Kommunikation für Organisationen ist, mit Begriffen wie „strategisches Kommunikationsmanagement“ oder mit dem Verweis

auf entsprechende „best practice“-Lösungen etc. Die auf diese Weise auch akademisch geadelten und mit Legitimität versehenen Strukturen und Praktiken werden dann von Organisationen imitiert und in entsprechende Programme umgesetzt. Es entsteht eine Pfadabhängigkeit, die nur partiell und über einen längeren Zeithorizont hinweg beeinflusst werden kann. Strukturen und Praktiken von Organisationen nähern sich einander an und werden zunehmend homogener – so die zentrale, empirisch zu prüfende These des Neo-Institutionalismus.

Medien sind aber selbstverständlich nicht die einzige Quelle institutioneller Regeln in der Umwelt von Organisationen. Diese sind in der Regel gezwungen, mehreren institutionellen Ansprüchen zugleich gerecht zu werden und entsprechende Anforderungen auszubalancieren. Sie agieren, um ein Stichwort der Öffentlichkeitsforschung aufzugreifen, in verschiedenen Arenen mit je unterschiedlichen Regeln, die sie alle zugleich kaum konsistent bedienen können. Organisationen müssen aber, wenn sie aus verschiedenen institutionellen Quellen Legitimität und Unterstützung erhalten, zumindest so tun als ob. Medien als Institutionen fördern damit innerhalb von Organisationen Konflikte – sowohl zwischen ihren einzelnen Teilen als auch zwischen ihnen und verschiedenen institutionellen Umwelten.

Zu den institutionellen Anforderungen, die an Organisationen gestellt werden, gehört es auch, ein rationales und zielorientiertes Handlungssystem zu sein. Von Organisationen wird kollektive Handlungsfähigkeit, Geschlossenheit, die Existenz einer Strategie etc. institutionell erwartet. Nur wenige Organisationen würden sich selbst als lose gekoppelte Handlungssysteme darstellen, die jeweils situativ Entscheidungen treffen. Hierin liegt die große Bedeutung von Kommunikation für Organisationen begründet: Sie müssen ihre kollektive Handlungsfähigkeit, ihre Ziele als Gesamtorganisation immer wieder neu kommunikativ herstellen, und dies nach innen wie nach außen. Das heißt: Organisationsziele existieren nicht aus sich heraus, sondern sie sind das Ergebnis einer kommunikativen Reaktion von Organisationen auf institutionelle Anforderungen. Organisationen sind auch nicht per se handlungs- oder gar strategiefähig. Aber sie müssen Handlungsfähigkeit und Geschlossenheit zumindest erfolgreich suggerieren. Und dies auch gegenüber den Medien als Teil ihrer institutionellen Umwelt.

Literatur

- Altheide, David L. / Snow, Robert P. (1979): *Media Logic*. Beverly Hills, London.
- Barley, Stephen R. / Tolbert, Pamela S. (1997): Institutionalization and Structuration: Studying the Links between Action and Institution. In: *Organization Studies* 18, H. 1, S. 93–117.
- Blumler, Jay G. / Kavanagh, Dennis (1999): The Third Age of Political Communication: Influences and Features. In: *Political Communication* 16, H. 3, S. 209–230.
- Cook, Timothy E. (1998): *Governing with the news: The news media as a political institution*. Chicago.
- Cook, Timothy E. (2006): The News Media as a Political Institution: Looking Backward and Looking Forward. In: *Political Communication* 23, H. 2, S. 159–171.
- DiMaggio, Paul J. (1988): Interest and Agency in Institutional Theory. In: Zucker, Lynne G. (Hrsg.): *Institutional Patterns and Organizations. Culture and Environment*. Cambridge/Mass., S. 3–21.
- DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (1983): The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. In: *American Sociological Review* 48, H. 2, S. 147–160.
- DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (1991a): Introduction. In: DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London, S. 1–38.

- DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (1991b) (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London.
- Donges, Patrick (2005): Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung. In: Rössler, Patrick / Krotz, Friedrich (Hrsg.): *Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths*. Konstanz, S. 321–339.
- Ebers, Mark / Gotsch, Wilfried (2002): Institutionenökonomische Theorien der Organisation. In: Kieser, Alfred (Hrsg.): *Organisationstheorien*. (5. Aufl.) Stuttgart, Berlin, Köln, S. 199–251.
- Eilders, Christiane (1997): *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen*. Opladen.
- Esser, Hartmut (2000): *Soziologie. Spezielle Grundlagen. Band 5: Institutionen*. Frankfurt/M., New York.
- Giddens, Anthony (1995): *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. (3. Aufl., zuerst Cambridge 1984) Frankfurt/M., New York.
- Göhler, Gerhard (1987): Institutionenlehre und Institutionentheorie in der deutschen Politikwissenschaft nach 1945. In: Göhler, Gerhard (Hrsg.): *Grundfragen der Theorie politischer Institutionen. Forschungsstand – Probleme – Perspektiven*. Opladen, S. 15–47.
- Gunter, Albert C. / Storey, J. Douglas (2003): The Influence of Presumed Influence. In: *Journal of Communication* 53, H. 2, S. 199–215.
- Hallin, Daniel C. / Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge.
- Hasse, Raimund / Krücken, Georg (2005): *Neo-Institutionalismus*. (2., vollständig überarb. Aufl.) Bielefeld.
- Jarren, Otfried (1996): Auf dem Weg in die „Mediengesellschaft“? Medien als Akteure und institutionalisierter Handlungskontext. Theoretische Anmerkungen zum Wandel des intermediären Systems. In: Imhof, Kurt / Schulz, Peter (Hrsg.): *Politisches Raisonement in der Informationsgesellschaft*. Zürich, S. 79–96.
- Jarren, Otfried (1998): Medien, Mediensystem und politische Öffentlichkeit im Wandel. In: Sarci-nelli, Ulrich (Hrsg.): *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*. Opladen, Wiesbaden, S. 74–94.
- Jarren, Otfried (2001): „Mediengesellschaft“ – Risiken für die politische Kommunikation. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, H. 41–42, S. 10–19.
- Jarren, Otfried (2003): Institutionelle Rahmenbedingungen und Organisationen der öffentlichen Kommunikation. In: Bentele, Günter / Brosius, Hans-Bernd / Jarren, Otfried (Hrsg.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden, S. 13–27.
- Jepperson, Ronald J. (1991): Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. In: DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London, S. 143–163.
- Kappelhoff, Peter (2002): Zur Evolution von Regelsystemen. In: Maurer, Andrea / Schmid, Michael (Hrsg.): *Neuer Institutionalismus. Zur soziologischen Erklärung von Organisation, Moral und Vertrauen*. Frankfurt/M., New York, S. 57–86.
- Lammers, John C. / Barbour, Joshua B. (2006): An Institutional Theory of Organizational Communication. In: *Communication Theory* 16, H. 3, S. 356–377.
- Luhmann, Niklas (1997): *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt/M.
- Luhmann, Niklas (2000): *Organisation und Entscheidung*. Opladen, Wiesbaden.
- March, James G. / Olson, Johan P. (1984): The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life. In: *American Political Science Review* 78, H. 3, S. 734–749.
- Marcinkowski, Frank (2001): Autopoietische Systemvorstellungen in der Theorie der Massenmedien. Vorschläge und Einwände. In: *Communicatio Socialis* 34, H. 1, S. 99–106.
- Marcinkowski, Frank (2002): Massenmedien und die Integration der Gesellschaft aus Sicht der autopoietischen Systemtheorie: Steigern die Medien das Reflexionspotential sozialer Systeme? In: Imhof, Kurt / Jarren, Otfried / Blum, Roger (Hrsg.): *Integration und Medien*. (= Mediensymposium Luzern Band 7) Wiesbaden, S. 110–121.
- Marcinkowski, Frank (2005): Die „Medialisierbarkeit“ politischer Institutionen. In: Rössler, Pa-

- trick / Krotz, Friedrich (Hrsg.): *Mythen der Mediengesellschaft – The Media Society and its Myths*. Konstanz, S. 341–369.
- Mayntz, Renate / Scharpf, Fritz W. (1995): *Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus*. In: Mayntz, Renate / Scharpf, Fritz W. (Hrsg.): *Gesellschaftliche Selbstregulung und politische Steuerung*. Frankfurt/M., New York, S. 39–72.
- Meyer, John W. / Rowan, Brian (1977): *Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony*. In: *American Journal of Sociology* 83, H. 2, S. 340–363.
- North, Douglass (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge u. a.
- Oliver, Christine (1991): *Strategic Responses to Institutional Processes*. In: *The Academy of Management Review* 16, H. 1, S. 145–179.
- Pfetsch, Barbara (2003): *Politische Kommunikationskultur. Politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich*. Wiesbaden.
- Powell, Walter W. (1991): *Expanding the Scope of Institutional Analysis*. In: DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London, S. 183–203.
- Ryfe, David Michael (2006): *Guest Editor's Introduction: New Institutionalism and the News*. In: *Political Communication* 23, H. 2, S. 135–144.
- Saxer, Ulrich (1980): *Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftswissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945*. In: *Publizistik* 25, H. 4, S. 525–543.
- Saxer, Ulrich (1999): *Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft*. In: Leonhard, Joachim-Felix / Ludwig, Hans-Werner / Schwarze, Dietrich / Straßner, Erich (Hrsg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. 1. Teilband. Berlin, New York, S. 1–14.
- Saxer, Ulrich (2004): *Mediengesellschaft: auf dem Wege zu einem Konzept*. In: Imhof, Kurt / Blum, Roger / Bonfadelli, Heinz / Jarren, Otfried (Hrsg.): *Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. (= Reihe Mediensymposium Luzern, Band 8) Wiesbaden, S. 139–155.
- Scharpf, Fritz W. (2000a): *Institutions in Comparative Policy Research*. In: *Comparative Political Studies* 33, H. 6/7, S. 762–790.
- Scharpf, Fritz W. (2000b): *Interaktionsformen. Akteurzentrierter Institutionalismus in der Politikforschung*. Opladen.
- Schimank, Uwe (2000): *Theorien gesellschaftlicher Differenzierung*. (2. Aufl.) Opladen.
- Schimank, Uwe (2002): *Organisationen: Akteurkonstellationen – Korporative Akteure – Sozialsysteme*. In: Allmendinger, Jutta / Hinz, Thomas (Hrsg.): *Organisationssoziologie*. (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 42) Wiesbaden, S. 29–54.
- Schudson, Michael (2002): *The News Media as Political Institutions*. In: *Annual Review of Political Science* 5, S. 249–269.
- Schulz, Winfried (2004): *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. In: *European Journal of Communication* 19, H. 1, S. 87–101.
- Scott, Richard W. (1994): *Institutions and Organizations. Toward a Theoretical Synthesis*. In: Scott, Richard W. / Meyer, John W. (Hrsg.): *Institutional Environments and Organizations. Structural Complexity and Individualism*. Thousand Oaks, London, New Delhi, S. 55–80.
- Scott, W. Richard (1991): *Unpacking Institutional Arguments*. In: DiMaggio, Paul J. / Powell, Walter W. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, London, S. 164–182.
- Scott, W. Richard (2001): *Institutions and Organizations*. (2nd edition) Thousand Oaks u. a.
- Scott, W. Richard (2003): *Organizations. Rational, Natural, and Open Systems*. (5th edition, zuerst 1981) Upper Saddle River.
- Sparrow, Bartholomew H. (1999): *Uncertain guardians: The news media as a political institution*. Baltimore.
- Sparrow, Bartholomew H. (2006): *A Research Agenda for an Institutional Media*. In: *Political Communication* 23, H. 2, S. 145–157.

- Suchman, Mark C. (1995): Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. In: *Academy of Management Review* 20, H. 3, S. 571–610.
- Theis-Berglmair, Anna M. (1999): Die Grundlagen der Organisationsforschung in der Medienwissenschaft. In: Leonhard, Joachim-Felix / Ludwig, Hans-Werner / Schwarze, Dietrich / Straßner, Erich (Hrsg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. 1. Teilband. Berlin, New York, S. 70–82.
- Tolbert, Pamela S. / Zucker, Lynne G. (1999): The Institutionalization of Institutional Theory. In: Clegg, Stewart R. / Hardy, Cynthia (Hrsg.): *Studying Organization. Theory & Method*. London, Thousand Oaks, New Delhi, S. 169–184.
- Türk, Klaus (1997): Organisationen als Institution der kapitalistischen Gesellschaftsformation. In: Ortman, Günther / Sydow, Jörg / Türk, Klaus (Hrsg.): *Theorien der Organisation. Die Rückkehr der Gesellschaft*. Opladen, S. 124–176.
- Walgenbach, Peter (2002): Institutionalistische Ansätze in der Organisationstheorie. In: Kieser, Alfred (Hrsg.): *Organisationstheorien*. (5. Aufl.) Stuttgart, Berlin, Köln, S. 319–353.
- Weick, Karl E. (1985): Der Prozess des Organisierens. (zuerst 1969: *The Social Psychology of Organizing*) Frankfurt/M.
- Westerbarkey, Joachim (1995): Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration. In: *Publizistik* 40, H. 2, S. 152–162.
- Zucker, Lynne G. (1977): The Role of Institutionalization in Cultural Change. In: *American Sociological Review* 42, H. 5, S. 726–743.
- Zucker, Lynne G. (1987): Institutional Theories of Organization. In: *American Review of Sociology* 13, S. 443–464.