

sche, japanische und etliche andere national zugeschnittene Weltbilder, deren Deutungen sich bislang jeglichem (amerikanischen) Kulturimperialismus entziehen. Sogar die modernen Weblogs können diese nationale Brille nicht einfach ablegen.

Was Hafez' Betrachtungen von denen anderer Globalisierungstheoretiker angenehm unterscheidet: Er stellt nüchterne, aber durchaus kritische Fragen, ohne jedoch den Zeigefinger überzustapazieren. Dazu trägt bei, dass er im Unterschied zu vielen seiner Fachkollegen die Medienaneignung nicht ausklammert. Ob Themen wie digitaler Graben, Fremdenfeindlichkeit oder „Neue Weltinformationsordnung“ – nie verliert er das von der Globalisierungswelle getroffene Subjekt aus den Augen, dem er immer wieder eine gesunde Immunität gegenüber der Globalkommunikation attestiert. Das zeigt sich beispielsweise auch am gesamten Unterhaltungsbereich, den Hafez neben dem Hollywood-Kino am Fernsehen untersucht. Gerade kultursoziologisch ist von Bedeutung, inwiefern sich Weltanschauungen durch international vertriebene Programmware verfestigen. So ist kaum auszuschließen, dass sich etwa das patriarchalische Familienbild in der US-Serie „Dallas“ auf die Alltagsbedürfnisse und Einstellungen des jeweiligen Medienpublikums auswirken. Dennoch geht Hafez davon aus, dass die Interpretationen derartiger Serien- und Show-Importe in verschiedenen Kulturkontexten vielfältiger, mitunter sogar gegensätzlicher sind als gemeinhin angenommen.

„Mythos Globalisierung“ ist ein kluger Band, an dem nicht nur Medien- und Kommunikationswissenschaftler Gefallen finden dürften. Er sei vor allem jenen Unkenruffern als Lektüre anempfohlen, die meinen, dass der Spagat zwischen anspruchsvoller und leicht verständlicher Wissenschaftskost partout nicht gelingen will. Hafez schafft es nämlich, eine flüssige Schreibe und Reflexion auf hohem Niveau in Einklang zu bringen. Immerhin, auch das muss man Hafez' Entzauberungsthese zugute halten, gab es gerade in den vergangenen Wochen mit dem Karikaturen-Streit wieder eine Debatte, an der sich deutlich zeigen lässt, warum der „Dialog der Kulturen“ letztlich an so feinen Unterschieden wie der hiesigen Auffassung von Pressefreiheit und der Verletzung religiöser Gefühle scheitern muss. „Was bleibt“, bilanziert der Autor in schöner aufklärerischer Geste im abschließenden Fazit, „ist der Appell,

eine grandiose Utopie durch nüchterne und vorurteilsfreie Analyse zu klären“.

Stephan Alexander Weichert

Literatur

Hachmeister, Lutz/Rager, Günter (2005): Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. Jahrbuch 2005. München.

Andrea Grisold

Kulturindustrie Fernsehen

Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien

Wien: Erhard Löcker Ges.m.b.H., 2004. – 364 S.

ISBN 3-85409-399-3

Andrea Grisold untersucht in ihrer Habilitationsschrift für das Fach Volkswirtschaftslehre Kulturindustrie Fernsehen. Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien die Realität des Fernsehens als wirtschaftliche wie auch kulturelle Realität. Die Arbeit der VWL-Professorin (WU-Wien) mit dem Schwerpunkt „Politische Ökonomie der Medien“ ist in drei Teile gegliedert: Die Einleitung „Was Pavarotti und Fordismus gemein haben“ (11–30), den langen Hauptteil: „Theoretischer Diskurs zur Beziehung Ökonomie, Kultur und Kulturindustrien“ (31–268) und den dritten Teil „Zusammenfassung und Plädoyer für eine verstärkte Betrachtung der „Gemeine“ (269–308).

Obwohl Grisold den Gegenstand „Fernsehen“, der für sie „Kulturindustrie“ ist, an der „Schnittstelle“ zur Kommunikationswissenschaft sieht, ist die Arbeit klar in der Ökonomie und nicht in der Kommunikationswissenschaft verortet. Ihre Argumentation erfolgt in dem disziplinären Rahmen, in dem sie habilitiert worden ist, und knüpft dabei gleichwohl makrotheoretisch und politikökonomisch an Horkheimers und Adornos Kulturindustrie-Konzept an, das von diesen ja bekanntlich als ein umfassender Bezugsrahmen entwickelt wurde, der ein bloßes Nebeneinander verschiedener Perspektiven überwinden sollte. Grisold trägt vor allem zur Entwicklung dieser Traditionslinie bei.

In die Arbeit führen Forschungsfragen (13 f.) und Hypothesen (15) und eine „Typologie ökonomischer und kommunikationswissenschaft-

licher Studien“ (Kap. 1, 11–18) von Robert E. Babe ein, die „materiale“ und „symbolische“ Studien unterscheidet und nur „Politische Ökonomie“ in beiden Gruppen nennt – was diese als Bezugsrahmen prädestiniert. In diesem wird „Fernsehindustrie“ als eine Industrie verstanden, die Realität im Sinne von Inhalten „massenmedial nach außen transportiert“ (13). Diese Inhalte, ihr Transport und vor allem der Einfluss der Ökonomie darauf stehen im Zentrum ihres Interesses.

Kapitel 2, „Einführung in die Analysefelder der Arbeit“ (19–23), differenziert diese Perspektive in den Kapiteln „Fernsehen als Forschungsgegenstand“, „Massenproduktion und Massenkonsum“ und im Kapitel „Gesamtwirtschaftlicher Stellenwert, Verortung innerhalb der Volkswirtschaft“, bevor sie in Kapitel 3 (24–30) das Verhältnis von Ökonomie und Kultur über ein Verständnis von Kulturproduktion als Produktion von „Gemeinen“ anders als in ökonomischen Theorien üblich zu fassen versucht, die diesen öffentlichen und kulturellen Charakter von Produkten und Angeboten ausblenden oder nicht reflektieren.

Im Hauptteil der Arbeit entwickelt sie in Kap. 4 („Zum Gebrauch des Begriffs Kultur in der Ökonomie“, 33–46) einen Kulturbegriff, der als „Drei-Ebenen-Modell“ eher ein Nebeneinander verschiedener Kulturkonzepte ist, als eines, das geeignet wäre, die komplexe kulturelle Bedeutung des Wechselverhältnisses von Ökonomie und Massenmedien zu verstehen und zu erklären. Anschließend referiert sie in Kapitel 5 („Bausteine ökonomischer Theoriebildung und ihre Interdependenzen mit Massenmedien“, 47–89) insbesondere Beiträge von Innis und Carey, mit denen sie die Entwicklung medialer Infrastruktur sowohl für kulturelle, ökonomische und gesellschaftliche Veränderungen argumentiert, bevor Kapitel 6 drei ökonomische Schulen zum Thema Kultur und Massenmedien vorstellt (90–139). Kapitel 7 stellt dann kulturwissenschaftliche Theorien (140–211) dar und Kapitel 8 beschreibt Veränderungen der Produktionsbedingungen im Rahmen von Regulationstheorie und Fordismuskonzepten und diskutiert sodann in diesem Kontext die Veränderung des Verhältnisses von Ökonomie und Fernsehen als Kulturindustrie (212–268). Mit diesem sicherlich besten Kapitel beendet sie den Hauptteil ihrer Untersuchung, die vor allem eine Diskussion von verschiedenen Perspektiven auf das Fernsehen und Kul-

turproduktion aus der Perspektive der Politischen Ökonomie der Medien war.

In Teil 3, „Zusammenfassung und Plädoyer für eine verstärkte Betrachtung der „Gemeine““ (269–308), knüpft Grisold vor allem an ihre Diskussion von Regulationstheorie und Fordismuskonzepten an. In diesem Rahmen wird von ihr die Beziehung von Industrie und Fernsehen konzeptualisiert, die nun in den Vordergrund rückt, da sie darüber entscheidet, warum welche „Realitäten nach außen transportiert“ werden, die, und das ist für Grisold der Punkt, heute zunehmend das „Gemeine“ werden, was bisher noch nicht angemessen als das neue „Gemeine“, das uns alle angeht, verstanden wurde, weil dieses immer noch – was sie so deutlich allerdings nicht sagt – in einer Öffentlichkeit vermutet wird, die es als normative politische Öffentlichkeit längst nicht mehr gibt. Deshalb, so argumentiert Grisold auf der Makroebene plausibel, dürfe diese „Produktion“ und „Beziehung“ nicht vollständig kommerzialisiert werden, sondern müsse politisch reguliert werden, da sonst, wie ebenfalls gezeigt wird, die negativen Effekte für das „Gemeine“ überwiegen würden.

Gezeigt zu haben, dass das ursprünglich öffentlich-rechtlich entwickelte und organisierte Fernsehen, das auf diese Weise der *res publica* verpflichtet worden war, heute zunehmend privatwirtschaftlichen kommerziellen Zwängen unterliegt, die nicht gemeinwohlförderlich sind, ist eine erste Leistung ihrer Arbeit. Eine weitere ist es, gezeigt zu haben, dass die Politik die Kulturindustrie Fernsehen und ihre Kulturproduktion regulieren muss, wenn sie externe Effekte für das „Gemeine“, hier vor allem den Staat, verhindern sollte, was aber kaum mehr möglich ist, seit die Nationen ihre Regulationsrechte weitgehend abgeben haben. Die Argumentation mit bestehendem „Gemeinen“ – dem, was aktuell Gemeinschaft stiftet, orientiert und zusammenhält – leistet Grisold im Rahmen der Politischen Ökonomie, in der sie insbesondere die Diskussion der Entwicklung des Fernsehens im Rahmen von Regulierung und Post-Fordismus weiterentwickelt. Darin liegt eine weitere Stärke dieser Arbeit, die kultur- und gesellschaftstheoretische Beiträge allerdings nicht zu integrieren vermag. Deshalb wird sie der Komplexität der Entwicklung des Fernsehens und von Kulturproduktion nicht gerecht. Durch ihre Konzentration auf die „Kulturindustrie“ wird diese als komplexer

Vermittlungszusammenhang mit Wandel kaum sichtbar. So bleiben sogar Bedingungsverhältnisse dieser Produktion ausgeklammert, die schon Marx, der ja Bedeutung für die Politische Ökonomie der Medien hat, in sein Modell des Güterkreislaufs als wechselseitige Bedingungsverhältnisse im Zusammenhang mit seinen Kategorien „Zirkulation“ und „Re-Produktion“ formuliert hat. So etwa die Bedingungen, die sich durch die „Zirkulation“ der Güterproduktion ergeben, oder jene, die sich durch die relative Autonomie der von ihm so genannten „Re-Produktion“ von Gütern durch ihre Nutzer ergeben. Die Komplexität, die hier angedeutet ist, kann in der Logik einer Kulturindustrie, nach der diese „Realitäten nach außen transportiert“ werden (Grisold), nicht plausibel abgebildet werden.

Die kommunikationswissenschaftliche Kritik an dieser volkswirtschaftlichen Arbeit muss dann auch an ihrer Reduktion von Komplexität einsetzen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht auf Kommunikation als komplexen und immer auch, aber eben nie nur, ökonomisch mitbestimmten Prozesszusammenhang ist Grisold zu abstrakt und wenig an außerökonomischen Bedingungsfaktoren der Ökonomie und Wechselverhältnissen in konkreten Kommunikationsprozessen interessiert. Daher irritieren ihre Darstellungen der Cultural Studies, deren Beiträge zur Entwicklung von Vermittlungskonzepten sie ausblendet, oder der Systemtheorie, bei deren Diskussion sie die konzeptuell ausgereifte und auf Vermittlungsprozesse konzentrierte Interpenetrationstheorie von Richard Münch nicht systematisch diskutiert.

Im Rahmen ihrer Arbeit wäre insbesondere im ersten Kapitel des Hauptteils, in dem sie auf Raymond Williams' Vermittlungskonzept von Kultur als „whole way of life“ verweist, diese Bezugnahme möglich gewesen. Williams stieß eine Diskussion über die Beziehung von Ökonomie und Kultur an, aus der sein Konzept des „kulturellen Materialismus“ hervorging und – unabhängig von ihm – Vermittlungsmodelle aus dem Umfeld des Center for Contemporary Cultural Studies: dort vor allem solche, die auf der Logik des Güterkreislaufs von Marx aufbauen, wie das encoding/decoding-Modell von Hall (1973/19981), der Kreislauf der Kultur von Johnson (1986) und das daran anknüpfende Modell von Kultur als vermittelter Beziehungszusammenhang der Prozesse von Pro-

duktion, Konsum, Repräsentation, Identität und Regulation von Kultur. Da sie nicht berücksichtigt werden, erreicht Grisold folgendes als „vorrangig“ angegebene Ziel nicht: „... anhand der unterschiedlichen Theorien zur ‚Kulturproduktion‘ eben das Verhältnis zwischen und die Beziehungen von Ökonomie und Kultur darzustellen und, soweit möglich, deren vielfältiges und vielgestaltiges Beziehungs- und Bedingungsgeflecht einer konsistenten Analyse zuzuführen“ (13).

Stattdessen erreicht sie das später im Buch angeführte „explizite“ Ziel, „die TV-Produktion unter dem Aspekt und vor der Folie der Fordismus-Postfordismus-Debatte zu beleuchten“ (257). Grisold setzt sie von anderen mit Kultur, Kulturproduktion und Ökonomie befassten Debatten ab. Grisolds „Plädoyer für eine verstärkte Betrachtung der Gemeine“ reicht nur für die Entwicklung von Regulierungsvorschlägen, aber nicht für ein Verständnis der kulturellen Komplexität der Produktion von Kultur. Dazu sind das oder der „Gemeine“ eine empirisch zu problematische Bezugsgröße (z. B. ist Pavarotti nicht für alle das oder der „Gemeine“) und ihre Konzeptualisierungen von Kultur und Kulturproduktion mit Transportmetaphern zu eng. Schade ist aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive aber auch, dass sie ihr Wissen um die anderen Perspektiven auf Kulturproduktion nicht zu einer produktiven Differenzierung und/oder Kritik der Politischen Ökonomie genutzt hat, die freilich in einer Habilitation im Fach Volkswirtschaft nicht erwartet wird. Die makrotheoretische Argumentationslogik der Volkswirtschaftslehre und der Politischen Ökonomie der Medien, die Grisolds Arbeit dominiert, macht die Arbeit lesenswert. Sie ist hilfreich vor allem für jene, die Argumente für eine politische Regulierung von Medien zum Wohle bestehender Gemeinschaften suchen, oder Schnittstellen der Politischen Ökonomie der Medien zu anders angelegten Perspektiven und Diskussionszusammenhängen zur Kulturproduktion.

Carsten Winter