

oretisch verortet, zum einen im Hinblick auf Konzepte des Medienalltags (Friedrich Krotz und Tanja Thomas), zum anderen im Hinblick auf Zeithandeln im Alltag (Irene Neverla).

Umfassender ist der historische Teil, der sich mit der Domestizierung des Fernsehens, Radios und Telefons befasst. Unter den verschiedenen Artikeln sind insbesondere zwei herauszustreichen, nämlich die Übersetzungen fast schon klassischer britischer Texte zu der Thematik von Tim O'Sullivan (Domestizierung von Fernsehen, orig. 1991) und Shaun Moores (Domestizierung von Radio, orig. 2000). Der Grund, diese beiden Beiträge herauszuheben, liegt nicht nur in ihrer sehr differenzierten Analyse, die sich in der Ausgewogenheit der reflexiven Argumentation klar abgrenzt von anderen Artikeln des Bandes, die zum Teil sehr deskriptiv bleiben. Darüber hinaus befassen sich die beiden Beiträge mit der Weiterführung der Diskussion um den Domestizierungsansatz selbst, wohingegen einzelne deutsche Artikel das Konzept übergehen oder sich explizit gegen die Verwendung des Begriffs Domestizierung wenden (wie Hackett, S. 57).

Interessanter, was die deutschen Artikel betrifft, ist dann der Teil zu Gegenwarts-Perspektiven, dessen Beiträge sich mit der Domestizierung des Internets und des Mobiltelefons befassen. Der Grund dafür ist, dass verschiedene Artikel wiederum über reine Deskriptionen hinausgehen und die jeweiligen Analysen mit theoretischen Reflexionen zu Fragen der Domestizierung verbinden. Explizit sei auf die Beiträge von Jutta Röser, Michael Feldhaus und Joachim Höflich bzw. Maren Hartmann verwiesen. Vor allem der Artikel der beiden letztgenannten Autoren schafft wieder eine Brücke zur aktuellen britischen Diskussion, indem ausgehend von einer Beschäftigung mit den sozialen Arrangements der Mobilkommunikation im öffentlichen Raum deutlich gemacht wird, dass in der Domestizierungsforschung die „Nomadisierung von Medien [...] einen Blick über den Haushalt als Bezugsgröße hinaus“ (S. 219) notwendig macht.

Will man den Sammelband insgesamt bewerten, so ist herauszustreichen, dass dieser eine zentrale Publikation auch für die deutschsprachige Rezeptions- und Aneignungsforschung darstellt: Die Publikation macht insgesamt deutlich, dass die britischen Arbeiten in der Tradition des Domestizierungsansatzes sehr produktive Anregungen für eine Weiterent-

wicklung der Aneignungsforschung bieten. Deshalb haben insbesondere die Artikel des Bandes einen hohen Wert, die empirische Analyse mit theoretischer Reflexion verbinden. Allerdings hinterlassen andere Beiträge des Bandes den Leser bzw. die Leserin sehr unbefriedigt zurück. Der Grund dafür ist, dass diese reine Deskriptionen sind, bei denen man von den Autoren bzw. Autorinnen einfordern möchte, die dargelegten Fakten doch nochmals auf Basis des Domestizierungsansatzes theoretisch zu durchdenken. Man kann diesen Lektüreindruck aber auch wiederum positiv sehen, macht er doch deutlich, welches Potenzial der Domestizierungsansatz hat, wenn man ihn offen im Rahmen einer allgemeinen Aneignungsforschung weiterentwickelt. Und dazu bietet der Band vielfältige Anregungen.

Andreas Hepp

#### Literatur:

- Berker, Thomas; Hartmann, Maren; Punie, Yves; Ward, Katie (Hrsg.) (2006): *Domestication of Media and Technology*. London: Open University Press.
- Hartmann, Maren (2008): Silverstone: Medienobjekte und Domestizierung. In: Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Thomas, Tanja (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Cultural Studies*. Wiesbaden: VS (in Vorbereitung).
- Morley, David; Silverstone, Roger (1990): *Domestic Communication: Technologies and Meanings*. In: *Media, Culture & Society*, 12, S. 31-55.
- Voß, Günter; Holly, Werner; Boehnke, Klaus (Hrsg.) (2000): *Neue Medien im Alltag: Begriffsbestimmungen eines interdisziplinären Forschungsfeldes*. Opladen: Leske + Budrich.

#### Gebhard Rusch / Helmut Schanze / Gregor Schwering

##### Theorien der Neuen Medien

Kino – Radio – Fernsehen – Computer

München: Fink, 2007. – 418 S.

ISBN 987-3-7705-4219-2

Dies ist keine Buchbesprechung, es ist der Verriß des ersten Kapitels, nach dessen Lektüre dem Rezensenten die Lust zu weiterer Lektüre vergangen ist. Eigentlich war sie ihm schon spätestens auf S. 59 bei folgendem Satz vergangen: „Medien normieren das Lachen und das Weinen der Welt auf den Standard eines Weltorfes.“

Das Buch ist in drei Kurse unterteilt, richtet

sich mithin an Studierende. Laut Klappentext gehört es in „die Handbibliothek aller Studierenden der Medien- und Kommunikationswissenschaften“. Man mag Helmut Schanze konzessieren, dass für Klappentexte nicht immer die Autoren verantwortlich sind. Unabhängig davon ist die Werbebeschreibung verfehlt; im Gegenteil, Studierende sollten vor dem Buch gewarnt werden. Denn der erste Kurs ist so schlecht, dass ihn die Kurse Zwei und Drei nicht retten könnten. Der erste Teil enthält Redundanzen, formuliert Widersprüchliches, stellt unbewiesene Behauptungen auf, verkündet Banalitäten, begeht Kategorienfehler, zeigt technisches Unverständnis, weicht in dunkle, präventöse Formulierungen aus und gibt den Studierenden in der Regel weder den genauen Beleg noch werden die Zitate oder Zitatbruchstücke in den korrekten Kontext gestellt. Ein Register, das eine Schneise durch das Dickicht des Name- und Theorie-Dropping hätte schlagen können, fehlt.

In Helmut Schanzes Vorwort heißt es, die drei Kurse seien in sich geschlossen, daher würden sich Redundanzen nicht vermeiden lassen. Das mag in einem Buch dieser Anlage gegeben sein, legitimiert aber nicht schon Redundanzen im ersten Abschnitt. Dieser mäandert um die ewig gleichen Autoren (Adorno, Benjamin, Bolz, Kittler, McLuhan), nimmt immer wieder den gleichen Anlauf zu den „neuen Medien“ und kreist um die Differenz von Analogem und Digitalem. Zwei Stellen, die dies besonders deutlich machen, seien zitiert. Auf S. 63 heißt es „Die Trias von ‚Oberfläche‘ (im Sinne Nietzsches), von ‚technischer Reproduzierbarkeit‘ und von ‚Medium is the Message‘ im Sinne McLuhans hat Norbert Bolz zur Grundlage seiner Theorie der neuen Medien gemacht und verweist damit auf deren Geschichte in der ‚Moderne‘.“ 32 Seiten später ist der oben verlorengegangene Säulenheilige (Walter Benjamin) hinzugekommen, ansonsten bleibt das Zitat fast unverändert: „Der erste Versuch einer einheitlichen Theorie der neuen Medien, wie ihn Norbert Bolz 1990 vorgelegt hat, knüpft an drei wissenschaftshistorisch revolutionäre Konzepte an: an Nietzsches Philosophie der ‚Oberfläche‘ als kulturhistorisches Konzept, an Benjamins auf die Bild- und Bewegtbildtheorie abhebendes Konzept eines Kunstwerks im ‚Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit‘ und an McLuhans neue Form der Geschichtsschreibung, die auf einer Evolution der Medien

aufsetzt.“

Als Beleg für innere Widersprüchlichkeiten sei auf die Seiten 48 und 97 verwiesen. Zunächst heißt es: „Es gibt nach wie vor mindestens drei Basismedien. Dem gemäß gibt es Text-, Ton- und Bildinhalte, die miteinander über traditionelle Transformationsregeln verbunden sind.“ Später hingegen: „Text, Bild und Ton. Diese sind an sich noch keine Medien. Die Formen der Darstellung und Wahrnehmung können aber zur grundsätzlichen Definition von Medien überhaupt [...] eingesetzt werden.“ Leider hat sich Schanze nicht die Mühe gemacht, die verschiedenen Medienbegriffe, deren „Pluralität“ er wiederholt und durchaus zu Recht heraushebt, in einen systematischen Zusammenhang zu stellen, z. B. als Abfolge von Protomedien (Sprache, Gesten etc.), Basismedien (Schrift, Bild) und (massenmedialen) Verbreitungsmedien. So stehen die Studierenden orientierungslos vor den (Teil-)Widersprüchen. Ein symptomatischer Widerspruch findet sich auf S. 16f.: Dort wird zunächst analog zur Frankfurter Schule von den „Medien als ‚Hidden Persuaders‘, die ihr Geschäft jenseits der Interessen der Mehrheit verfolgen“, gesprochen. Wenige Zeilen später wird konstatiert, der Band setze auf „Medienerfahrung beim Nutzer, auf den erfahrenen Leser, Seher und Hörer“. Studierende, die diese Seite gelesen haben, können den Widerspruch gar nicht erkennen, denn ihnen wird der Kontext vorenthalten; im Rahmen der Kritischen Theorie wurde ja gerade behauptet, die Masse sei nicht erfahren und nicht in der Lage, ihre „eigentlichen Interessen“ zu erkennen. Erst dadurch seien der Manipulation Tür und Tor geöffnet.

Unbewiesene Behauptungen: „Erst die Digitalisierung der bewegten Bilder löst den Schock der Neuen Medien aus“ (S. 22). Warum? Bei wem? „Im Zeitalter der analogen Medien konnte zu Recht die Frage gestellt werden, ob die fortschreitende Aufklärung in Mythologie zurückschläge. Diese Frage, so scheint es, ist im Zeitalter der Digitalmedien obsolet geworden. Hier schlägt alles und nichts in Mythologie um.“ (S. 53) Schon Horkheimers und Adornos Behauptung im ersten Satz ist nicht zu beweisen. Der zweite ist leerlaufend und kann zugleich für die Banalitäten des Textes stehen. Und stillschweigend setzt das indirekte Zitat voraus, dass die Studienanfänger schon die „Dialektik der Aufklärung“ gelesen und auch verstanden haben.

„Die Differenz von Digitalmedien und Analogmedien ist eine Differenz höherer Ordnung. Sie baut auf einer Differenz erster Ordnung, jener von Sein und Schein, auf und lässt diese im Sinne der High Fidelity, der perfekten Simulation, für die Sinne scheinbar verschwinden.“ (S. 42) Oha! Der Rezensent hat sich immer gefragt, woher das medienwissenschaftliche Mantra rührt, die digitalen Medien seien etwas grundsätzlich anderes als analoge Medien? In dieser Hinsicht hat der Text mit folgendem Zitat die Augen geöffnet: Nachdem Schanze festgestellt hat, dass auch „im Begriff der Kunst ein Zeitkern eingeschrieben ist, der die Rede vom ‚Digitalen Apriori‘ als einer unhintergehbaren Grundannahme zwar nicht außer Kraft setzt, ihm aber eine kritische Funktion zuweist“, fährt er fort: „Nimmt man Analogie und Digitalität als Gegensatz, und diesen als anthropologische Konstante, nach der die Welt sich zu ordnen hat, so fasst dieser Gegensatz eine Geschichte der technischen Naturbeherrschung.“ (S. 54) Den Bedeutungskern dieser mehrfach bedingten Aussage lassen wir einmal unhinterfragt; um den Fußball-Philosophen Bruno Labbadia zu zitieren: Wird da die Kongruenz von „Analogie“ und „analog[en Medien]“ nicht „hochsterilisiert“? Notabene: Der Gegensatz zu analog ist diskret, digital ist nur eine Sonderform diskreter Zustände.

Noch weitere Belege für Banales? „Die Mediengeschichte gibt, was den Handlungsrahmen anbetrifft, die medialen Möglichkeiten vor, in denen auch bisher Inhalte und spezifische Formate akzeptiert wurden.“ (S. 100) „Es gibt eine endliche Zahl von Nutzern, die ein endliches Zeitbudget haben und eine endliche Menge Geldes für alle die vielen neuen Kommunikationsprodukte zwischen Fernsehen einerseits und Telekommunikation auf der anderen Seite ausgegeben werden. [...]“ (S. 102) Die Banalität des Unvollständigen.

Kategorienfehler: „In ihnen [den Digitalmedien] sind die Rollen von ‚Client‘ und ‚Server‘, von ‚Provider‘ und ‚User‘ klar unterschieden. Der ‚Provider‘ liefert nicht nur die ‚Inhalte‘, er liefert auch die ‚Oberfläche‘, der sich der ‚User‘ bedient.“ (S. 104) Aber: Client ist nicht gleich User, Provider nicht gleich Server. Die Server-Client-Architektur ist ein technisches Konzept, Provider und User hingegen ein ökonomisches bzw. soziales. Ein anderer Kategorienfehler zeigt ebenfalls offenkundig fehlendes technisches Verständnis: „Die

Text-Bild-Integration auf dem Bildschirm ist nicht ohne programmtechnische und wahrnehmungstheoretische Probleme (Verschwinden des festen Buchstabens), obwohl sie als ‚Wysiwyg‘ und ‚Windows‘, [...] als Lösung der Bild-Text-Integration angesehen wird.“ (S. 98) Welcher Student weiß denn noch, was das Kürzel („What you see is what you get“) bedeutete? Wer von diesen wenigen weiß, dass Windows bestenfalls als eine besondere Vermarktungsform des WYSIWYG-Konzepts angesehen werden kann, sich aber v. a. durch eine andere Bedienstruktur von älteren Betriebssystemen unterscheidet?

Auf wenigen Seiten (S. 39-41) werden drei unhinterfragbare Grundannahmen auseinander abgeleitet. Das erste ist das technische Apriori, das nächste das der Kunst und daraus leitet sich dann jenes der Differenz ab. Aber verliert ein Apriori nicht gerade durch seine Ableitungen diesen Status? Und wo ist das schon gestreifte digitale Apriori? Platos Höhlengleichnis darf ebenso wenig fehlen (S. 87) wie der Krieg: „Wo das Primat sei, beim Krieg oder bei der Erfindung: dies alles mag kaum noch verschlagen.“ (S. 64) Der Rezensent muss gestehen, den Satz versteht er nicht. Allenfalls versteckt sich schon wieder ein Apriori. Selbstverständlich wird Heraklit nicht erwähnt, sondern vorausgesetzt, dass die Studierenden der Medienwissenschaft auch ihre Vorsokratiker kennen. Selbstredend fehlt der Kontext: Heraklit erwähnte den Krieg im Sinne sozialer Umwälzungen als „Vater aller Dinge“. Ist es überdies zuviel verlangt, wenn man darum bittet, das zu Tode zitierte Höhlengleichnis als vorgebliche Televisions-Vision in seinen ursprünglichen Kontext als Plädoyer für eine Erziehungsdiktatur zu stellen? Das verschämt zu verschweigen, passt allerdings nicht schlecht zur Orientierung an der latent erziehungsdiktatorischen Kritischen Theorie.

So könnte man mit der Besprechung fortfahren, beenden sie sie stattdessen mit einem Zitat Arthur C. Clarkes. „Any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic.“ Vielleicht sah sich Helmut Schanze, von dem man schon Besseres lesen konnte, bemüßt, der Technik und den Medien die Aura des Magischen zu verleihen, um sie damit geheimnisvoll zu machen. Das würde manches erklären, aber nicht das erste Kapitel entschuldigen; wenn es dem Rezensenten schon schwer gefallen ist, es zu Ende zu lesen, dürften während

dessen Lektüre wohl die meisten Studierenden aussteigen. Darum erübrigt sich auch die Besprechung der Kurse 2 und 3.

Rudolf Stöber

Uta Rußmann

## Agenda Setting und Internet

# Themensetzung im Spannungsfeld von Onlinemedien und sozialen Netzwerken

München: Fischer, 2007. – 367 S.

ISBN 978-3-88927-435-9

Die stetige Zunahme von Kommunikationskanälen und die Individualisierung der Nutzungsmuster, mit denen diese in Anspruch genommen werden, konfrontiert die Medienwirkungsforschung mit zwei zentralen Herausforderungen. Auf der theoretischen Ebene gilt es, die Haltbarkeit etablierter Ansätze, die unter den Bedingungen der Kanalknappheit entwickelt wurden, zu überprüfen und gegebenenfalls zu modifizieren oder durch alternative Konzepte zu ersetzen. Auf der empirischen Ebene gilt es, Analysemodelle und -verfahren zu entwickeln, die komplex genug sind, um der entstandenen Unübersichtlichkeit und Interdependenz auf der Seite der unabhängigen Variablen gerecht zu werden. Die Dissertation von Uta Rußmann erhebt den Anspruch, beiden Anforderungen gerecht werden zu wollen. Ihr konkretes Ziel ist es, „die Tragfähigkeit der Agenda-Setting-Hypothese im gegenwärtigen Medienwandel“ zu testen und damit einen theoretischen wie methodischen „Beitrag zur Weiterentwicklung der Medienwirkungsforschung“ (S. 17) zu leisten. Erreicht werden soll dies zum einen durch die Entwicklung eines theoretischen Verständnisses für das Zusammenspiel „von Themensetzungs- und Themenstrukturierungsprozessen, individueller Informationsrezeption sowie Onlineangeboten im Medien-Mix der traditionellen Massenmedien vor dem Hintergrund realer, sozialer Kommunikationsnetzwerke“ (S. 17). Die empirische Überprüfung der entsprechenden Annahmen soll mit Hilfe eines Agenda-Setting-Designs realisiert werden, „welches jedoch das jeweilige gesellschaftliche Umfeld einbezieht, um so vor allem Aussagen über die Auswirkungen von Agenda-Setting-Effekten in realen Situationen zu treffen“ (S. 195).

Dieser etwas umständlich formulierte, aber

zweifelloso stolze Anspruch erweist sich im Folgenden als schwere Hypothek. Im Theorieteil stellt die Autorin zwar ihre Fähigkeit unter Beweis, wissenschaftliche Argumentationen aufarbeiten und empirische Erträge zusammenfassen zu können. Gleichzeitig ist sie jedoch nur bedingt in der Lage, die Selektion der berücksichtigten Ansätze nachvollziehbar zu begründen sowie das üppige Material zu bündeln, zu einander in Beziehung zu setzen und an eine durchgehende Argumentation oder zumindest an eine zentrale Fragestellung zu binden. Kapitel 10 stellt zwar eine theoretische Zusammenfassung in Aussicht und präsentiert dazu zwei Forschungsdesigns. Diese werden allerdings kaum kommentiert und lassen sich bestenfalls punktuell aus den vorangegangenen Kapiteln ableiten. Die unzureichende Verdichtung der theoretischen Argumentation findet ihre Fortsetzung in einem Katalog von 21 forschungsleitenden Fragestellungen, acht forschungsleitenden Annahmen und einer Visualisierung der angestrebten empirischen Untersuchung in Form eines Strukturgleichungsmodells (!) mit insgesamt 17 Einflussfaktoren. Die empirische Untersuchung, die einerseits als Exploration (S. 197) und andererseits als Überprüfung des Analysemodells (S. 198) angekündigt wird, hat es schwer, dieser Komplexität auch nur ansatzweise gerecht zu werden. Stattdessen beschränkt sie sich im Wesentlichen darauf, die Daten einer im Kontext der österreichischer Präsidentschaftswahlen im Jahre 2004 durchgeführten Befragung von 29 Offlinern und 76 Onlinern per Kreuztabelle oder per Mittelwertvergleich zu kontrastieren. Die Zahl der dabei berücksichtigten Variablen ist zwar beachtlich, die Analyse reicht aber kaum über das Niveau einer Deskription von Unterschieden hinaus. Schwer nachvollziehbar ist dabei zudem, dass die Themenagenda des Publikums als zentrales Konstrukt der Agenda-Setting-Forschung mit fortschreitender Analyse mehr und mehr in den Hintergrund rückt, um schließlich bei der als Makroanalyse (Kapitel 17) bezeichneten Untersuchung egozentrierter Netzwerke völlig aus dem Blick zu verschwinden.

Man könnte der Autorin angesichts ihres eigenen Anspruchs zugute halten, auf hohem Niveau gescheitert zu sein. Wären da nicht weitere methodische Unzulänglichkeiten (ungenügende Transparenz der inhaltsanalytischen Vorgehensweise, Verzicht auf Reliabilitätstests, Mittelwertvergleiche bei dichotomen