

die Regeln des *business* nicht nur das Ereignis, sondern auch die Sichtweise auf das Ereignis mitproduzieren und welche dieser Elemente an der Aufrechterhaltung einer Ordnung und der „Normalisierung“ der Verhältnisse beteiligt sind. In der Bewusstmachung solcher oftmals verdeckten Zusammenhänge besteht die Bedeutung einer kulturtheoretischen Analyse der Mediengesellschaft, zu der Weichert eine breite theoretische Aufarbeitung leistet, die sich auch als Grundlage für weitere Auseinandersetzungen anbietet.

Udo Göttlich

Literatur:

Baudrillard, Jean (1978): Unser Theater der Grausamkeit, in: ders., Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen, Berlin, S. 7–18.

Andreas Hepp / Friedrich Krotz / Shaun Moores / Carsten Winter (Hrsg.):

Konnektivität, Netzwerke und Fluss

Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie

Wiesbaden: VS, 2006. – 215 S.

ISBN 3-531-14598-3

Der Band versammelt neun Beiträge aus der deutsch- (darunter auch ein österreichischer Beitrag) und englischsprachigen (allesamt britischer Herkunft) Kommunikations- und Medienwissenschaft. Das Thema ist brisant, geht es doch um die Theoretisierungen der mit dem Internet verbundenen gesellschaftlichen Entwicklungen, und da besteht, was viele auch eingestehen werden, Nachholbedarf. Es darf ja nicht so sein, dass GesellschaftswissenschaftlerInnen Prozesse bloß dokumentieren und erst im Nachhinein interpretieren. Die Gestaltung der Informationsgesellschaft ist es, die heute angesagt ist, und dafür braucht es bereits eines Vorabwissens, um die Gestaltung begleiten zu können, und dieses Wissen ist durch Rückgriff auf Theorien zu begründen, soll es nicht im Beliebigen bleiben. Was die theoretischen Begründungen betrifft, so ist es heute ein offenes Problem, wie System-, Netzwerk- und Raumkonzepte miteinander zusammenhängen.

Um es vorwegzunehmen: Die Antwort darauf liefert der Band nicht. Die Beiträge sind heterogen, d. h. aus unterschiedlichen Blickrichtungen formuliert und auf unterschied-

liche Schlussfolgerungen hinauslaufend. Das ist aber kein Mangel des Buches – so ist eben der Diskussionsstand. Im Gegenteil ist es den Herausgebern (alles Männer) hoch anzurechnen, dass sie diese Diskussion aufgreifen und weitertreiben.

Im ersten Beitrag stellt Friedrich Krotz richtig das Netzwerkkonzept in Frage, wenn es als ein formales aufgefasst wird: Dann nämlich liefert es ein reduziertes Verständnis der mit Globalisierung und Informatisierung (Mediatisierung) auftretenden neuen Vergesellschaftungs- und Vergemeinschaftungsformen. Krotz hält sog. „Metaprozesse“ dagegen, die er unverständlichlicherweise als Prozesse definiert, die „weder einen Anfangspunkt noch eine Richtung haben“ (S. 29). Ein solcher sei etwa die Kommerzialisierung, die der Mediatisierung, aber auch der Globalisierung und Individualisierung als treibende Kraft zugrundeliege. Krotz stellt die These auf, „dass die Kommerzialisierung die Basisentwicklung ist, aus der die anderen drei resultieren“ (S. 36). Das heißt aber, dass die drei nun ihrerseits auf die Kommerzialisierung zurückgeführt, reduziert werden. Dann bleibt ihm kein anderer Ausweg, als die Habermas'sche Lebenswelt zu bemühen, die diesen Prozessen trotze, und der Schluss, einfach weiter zu beobachten (statt etwa wissenschaftlich begründete Handlungsanweisungen für den Eingriff in die gesellschaftliche Entwicklung bereitzustellen). Denn Unbestimmtheiten, Uneindeutigkeiten, Widersprüchlichkeiten, ein mögliches und meiner Meinung nach auch tatsächliches Auseinanderfallen von Form und Inhalt dieser Prozesse, etwa ein über die kapitalistische Instrumentalisierung hinaus weisendes Moment, geraten ihm außer Blick.

Andreas Hepp gewinnt dagegen dem Netzwerkdenken mehr ab als Luhmann'schem Systemdenken. Abgesehen davon, dass außer der Theorie sozialer Systeme Luhmann'scher Provenienz auch andere systemtheoretische Zugänge möglich sind, wird bei Hepp nicht klar, warum. Er führt ausgerechnet ein Argument für den Gebrauch der Netzwerkbegrifflichkeit an, das zunächst für Luhmann zu sprechen scheint, weil dieser mit seiner Systembegrifflichkeit das betreffende Problem früher formuliert und einer Behandlung (wenn vielleicht auch nicht Lösung) zugeführt hat (S. 48): Es geht darum, dass – in Luhmann'scher Diktion – vom Code eines sozialen Systems in den Code anderer sozialer Systeme übersetzt werden muss, wenn das erste

System sich den anderen verständlich machen will, denn jedes System verstehe nur seinen eigenen Code. So sei z.B. dem System Wirtschaft das Geld, was dem System Wissenschaft die Wahrheit sei. Bei Castells liest sich nun das Ganze so, dass es Knoten gebe, die als „Schalter“ diese Übersetzung von einem Netzwerk in ein anderes Netzwerk leisten. Wenn Hepp weiter meint, dass es Castells damit gelingt, Machtasymmetrien auf den Begriff zu bringen – etwas, das Luhm zugegebenermaßen ausspart –, dann bleibt er allerdings schuldig zu zeigen, wie (wobei über ein formales Netzwerkverständnis, wie Hepp argumentiert hat, hinausgegangen werden müsste).

Dasselbe gilt für die Actor-Network-Theory (ANT) von Bruno Latour, ein anderer prominenter Vertreter des Netzwerkansatzes. Auch dieser Theorie wird zwar zugute gehalten, vom Motiv geleitet zu sein, die Aufmerksamkeit der Darstellung von Prozessen zu widmen, die Machtasymmetrien schaffen, wie im Beitrag von Nick Couldry, aber gleichzeitig attestiert ihr Couldry Schwächen bei der Realisierung ihres Anspruches – eine Vernachlässigung der Zeitdimension, der Bedeutung größerer Machtkomplexe (und des Widerstands gegen diese) wie der symbolischen Produktion.

Thorsten Quandt schließlich versucht die Netzwerktheorie gleich handlungstheoretisch umzumodeln, indem er sich an Firmen im Internet orientiert, die das Kaufverhalten ihrer Kunden mit Netzwerkalgorithmen untersuchen: Die Knoten sind nicht mehr die Menschen und die Verbindungen zwischen ihnen deren Beziehungen, sondern einzelne (Kauf-) Akte, und diese werden dann mit anderen (Kauf-)Akteen verbunden. Das überzeugt mich nicht: Von der Netzwerktheorie bleibt nicht mehr viel übrig.

Neben diesem Diskussionsstrang werden im vorliegenden Band weitere wichtige Themen angesprochen. Um nur zwei zu nennen: Maren Hartmann zeigt an ihrer empirischen Untersuchung der Konversation in einer Mailingliste (und zwar in einer feministischen), dass die neuen Medien nicht unbedingt eine neue Sozialität hervorbringen und bestehende Machtverhältnisse demokratisieren müssen, sondern das Alte reproduzieren (und sogar verstärken) können. Carsten Winter führt sehr schön vor, wie die Verbundenheit, die mit den neuen Medien geschaffen werden könnte, narzisstisch pervertiert und per Exklusivität in die Exklu-

sion der Zivilgesellschaft aus den verbundenen Eliten verwandelt werden kann. Auch diese Aufsätze kreisen um die (nicht nur kommunikations- und medienwissenschaftlich, sondern auch techniksoziologisch zu stellende) grundsätzliche Frage nach der Natur der neuen Medien und ihren Potenzialitäten, die Theorie zu beantworten hat, wenn sie in den Auseinandersetzungen unserer Zeit etwas zu sagen haben will.

Insgesamt ein lesenswertes Buch und ein Gewinn, insbesondere wenn bedacht wird, wie altbacken Kommunikationswissenschaft oft daherkommt, für die das Internet noch kein Thema ist.

Wolfgang Hofkirchner

Thomas Wägenbaur (Hrsg.)

Medienanalyse

Methoden, Ergebnisse, Grenzen

Baden-Baden: Nomos, 2007. – 258 S.

(Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement; 16)

ISBN 3-8329-2412-4

Der von Thomas Wägenbaur herausgegebene Band zur Medienanalyse versteht sich als Einführungsband, der zugleich den State of the Art des im Titel genannten Forschungsbereiches widerspiegeln soll (vgl. Klappentext). Dazu werden in vier Buchteilen mit je zwei bis vier Einzelbeiträgen Definitionen, Methoden, Ergebnisse und Grenzen der Medienanalyse, hier verstanden als angewandte Medieninhaltsforschung, behandelt. Die Verfasser der einzelnen Beiträge sind neben vier Wissenschaftlern zumeist Praktiker, die sich mit der Evaluation der Kommunikationsleistungen von Unternehmen befassen oder zumindest breite Erfahrungen in diesem Bereich der angewandten Forschung haben. Aus dieser Konstellation ließe sich das potenzielle Ziel ableiten, Kommunikationswissenschaft und PR- sowie Werbetreibende näher zusammenzubringen und Erkenntnisse auszutauschen. Sollte dies das wünschenswerte Ziel des Bandes sein, so wird dieses leider in keiner Weise erreicht.

Der Herausgeber Thomas Wägenbaur wirft in seiner Einführung auf unzulässige Weise die zentralen Begriffe durcheinander: „Dieser Beitrag ist insofern für Medienanalyse zentral [sic!] als er medienanalytisch verfährt und in-