

Lena Christolova

Ralf Adelman, Jan-Otmar Hesse, Judith Keilbach, Markus Stauff, Matthias Thiele (Hg.): Ökonomien des Medialen. Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften

2007

<https://doi.org/10.17192/ep2007.2.1092>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Christolova, Lena: Ralf Adelman, Jan-Otmar Hesse, Judith Keilbach, Markus Stauff, Matthias Thiele (Hg.): Ökonomien des Medialen. Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 24 (2007), Nr. 2, S. 153–155. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2007.2.1092>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Medien / Kultur

Ralf Adelmann, Jan-Otmar Hesse, Judith Keilbach, Markus Stauff, Matthias Thiele (Hg.): Ökonomien des Medialen. Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften

Bielefeld: transcript 2006 (Reihe: Kultur- und Medientheorie), 338 S., ISBN 978-3-89942-499-7, € 27,80

„Kunden, die dieses Buch gekauft haben, haben auch folgende Einleitung gelesen“ warnen im Vorwort (S.9) die Herausgeber traditionalistisch geprägte Leser, die von einer strengen Logik des Ökonomischen und ihrer Übertragbarkeit auf die Funktionsmechanismen von Medien als „das Mediale“ ausgehen würden. Dem Herausgeberteam geht es vor allem um „Perspektivverschiebungen“ (S.13), die „von vornherein verschiedene Ökonomien in Betracht [...] ziehen – nter anderem eben auch die ‚des Medialen‘“ (ebd.). Da das Mediale gleichsam als „die zahlreichen Konkretisierungsformen“ dieser Ökonomien „innerhalb des Bereichs der Medien“ (ebd.) definiert wird, stellt sich die Frage: Geht es um Medienökonomien im engeren Sinne oder um Funktionsprinzipien, die den Wissenstransfer zwischen ökonomischen Theorien und Medien spiegeln? In der Auslotung der „Modelle und ihrer Grenzen“ (Teil I des Sammelbandes) fällt die Antwort widersprüchlich aus. Michael Hutter (S.27-45) zeigt die Diskrepanzen zwischen der „Entwicklung eines Wirtschaftssektors, dessen Produkte aus Informationsinhalten und ihren Medien bestehen“ (S.28), und den Marktmechanismen, die nicht durch Medieninhalte, sondern durch die Formen ihres Zirkulierens geprägt werden, welche an bestimmten Marktschnittstellen – „Arenen“ (S.34), für neue Wertbildungen und -schöpfungen innerhalb vom „Kreislauf der Ressourcen“ (S.35) der Medienprodukte sorgen. Hartmut Winkler (S.47-62) arbeitet einen dem Tausch als Form kommunikativen Handelns inhärenten „Moment struktureller Gewalt“ (S.58) aus, der die Idealfaktoren einer auf der symbolischen Ebene stattfindenden Kommunikation auf die Realfaktoren der Mechanismen der Marktbeherrschung einer kapitalistischen Gesellschaft und letztendlich auf ihre „Grundlogik“ (S.57) überträgt. Wie sich diese „Grundlogik“ auf die Logik einer „Netzbildung durch antagonistisches Handeln“, wie im Aufsatztitel angekündigt (S.47), auswirkt, bleibt allerdings ungeklärt. Die „historischen Transformationen“ (Teil II des Sammelbandes) der Gesellschaften und ihrer Medien, sowie die „medialen Reflexionen des Ökonomischen“ (Teil III) verdichten sich um den Begriff der Krise, den Jürgen Link (S.229-244) als ein Kurvendiagramm von „Normalität, Denormalisierungen und erneuten Normalisierungen“ (S.236f.) darstellt, dessen „Applikationsfähigkeit“ (S.239) durch ein System von Kollektivsymbolen und ihren Narrativen (vgl. S.233f.) unterstützt wird. Jan-Otmar Hesse (S.103-125) stellt

fest, dass der Begriff Information, der seit Adam Smith und David Ricardo der ökonomischen Theorie innewohnt, aus ihr regelrecht exkommuniziert und erst in Krisenmomenten zurückgeholt wird, um ihr „Modell zu retten, es ‚perfekter zu machen‘“ (S.119f.). Als ein historisch wandelbarer Begriff reflektiert der Informationsbegriff die Verwertbarkeit des ökonomischen Wissens für die Medien, die in ihren Definitionen seine Metaphern spiegeln. Als in den 1970er Jahren die reine „Produktionsorientierung in der Beschäftigung mit Information und Medien“ (S.121f.) zugunsten der Frage nach der Verteilung von Information zurückgenommen wird, geben auch die Medien die Transportmetapher einer bereits überholten ökonomischen Theorie zugunsten der Netzwerkmetapher auf. Die Perpetuierung der Wissen-als-Kapital-Metapher der produktionsorientierten Phase über die Humankapital-Metapher der wissenstechnologischen Phase kulminiert in der Unterscheidung zwischen Informationsinhalten und ihrem Wertungspotenzial durch Kontextualisierungen (ebd.). Behält man diese Unterscheidung im Auge, wird nachvollziehbar, warum die Mehrheit der Beiträge von einer Type-Token-Struktur bei der Spezifizierung der Medieninhalte und ihrer Medientechnologien als Vervielfältigungstechnologien ausgeht, indem man die Spezialisierung der Medienmärkte auf ihre eigenen Formate und Codes (vgl. die Aufsätze von Ralf Adelman, S.283-303, und Ulrike Bergermann, S.207-205) oder die Regulierung und Optimierung ihrer Marktmechanismen (Monika Domann, S.149-165, Andrea Grisold, S.63-83, Vinzenz Hediger, S.167-181, Margrit Seckelmann, S.127-148) untersucht. Dass es sich dabei noch nicht um Ökonomien des Medialen, sondern um Medien und Ökonomie handelt, zeigt das grundsätzliche Missverständnis der Formulierung der Leitdifferenz dieser zwei Subsysteme der Gesellschaft von Niklas Luhmann, die bei Lorenz Engell (S.186) in die Unterscheidung Information/Nicht-Information in der massenmedialen Kommunikation und Zahlung/Nichtzahlung in der Ökonomie zerfällt. Information/Nichtinformation als der Code des Systems der Massenmedien stellt zwar ihr systeminternes Reflexionsmittel dar, das die Unterscheidung von System und Umwelt operabel macht (vgl. Niklas Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*, Opladen 1996, S.36), die Ausdifferenzierung des Systems der Massenmedien geschieht aber laut Luhmann aufgrund von Verbreitungstechnologien, die gewisse Formen von Kommunikation zugunsten anderer ausschließen (ebd., S.33f.). So schließt beispielsweise der Buchdruck die orale Kommunikation als Voraussetzung für das systeminterne Funktionieren aus (ebd.), sie bleibt aber als negativer Wert und als Reflexionsbedingung für die Setzung eines positiven Wertes, der die Anschlussfähigkeit der Operationen des Systems sichert, in der binären Struktur seiner Leitdifferenz als operative Einheit erhalten (ebd., S.35). Die Leitdifferenz als eine binäre Struktur lässt jedoch offen, „wie das System seine eigene Identität bezeichnet“ (ebd., S.36), sprich, wie systemrelevante Informationen selektiert werden. Erst die Frage nach der Selektion und Organisation von Informationen führt die Formseite der Medien mit (vgl. Luhmann 1996, S.72), die aufgrund von medienspezifischen Markierung

gen die Differenzierung des kommunikativen Wertes des Vermittelten (alt/neu, wichtig/weniger wichtig) in Information oder Mitteilung (ebd., S.75) vornimmt. Die Unterscheidung Information/Mitteilung führt die selektive Handhabung von Informationsstrukturen ein, die durch unterschiedliche Medienformate unterstützt werden. Die Vielzahl der Medienformate enttautologisiert die Bedeutungsarmut des Codes, die Anschlussfähigkeit der Informationsstrukturen an die Medienformate kopiert aber erneut die Unterscheidung Information/Nichtinformation als ursprüngliche System/Umweltdifferenz in das bereits ausdifferenzierte System hinein. Basieren dann die Ökonomien des Medialen nicht auf der gleichzeitigen Setzung des Informationsbegriffs als Konstituens des Systems der Medien und als Element ihrer Form(en)bildungen und der daran anknüpfenden kommunikativen Operationen (vgl. Luhmann 1996, S.11)? Dass dies eine Grundsatz- und keine Kleingeldfrage ist, zeigt die im Band fehlende, bzw. nicht konsequent durchgeführte Unterscheidung zwischen Medieninhalten, ihren Repräsentationsformaten und Medien der Repräsentation, deren spezifische Operationalisierungen des Informationsbegriffs erst die Ökonomien des Medialen anzeigen würden. Denn auch innerhalb des Informationsparadigmas wird der Medienbegriff weiterhin funktional und nicht substantiell formuliert – ob es nun um Druckerschwärze, Worte, Klänge (vgl. Hutter, S.29) oder um binär codierte Zeichen geht.

Lena Christolova (Konstanz)