

## **Peter Ludes: Elemente internationaler Medienwissenschaften. Eine Einführung in innovative Konzepte**

Wiesbaden: VS 2011, 169 S., ISBN 978-3-531-18247-6, € 19,95

Um in den Medienwissenschaften mit dem Ruf nach einer Internationalisierung des Faches Innovationen anzustoßen, kann man auf ein schwächelndes Fortschritts- und Entwicklungsparadigma verweisen, das sich auf eine Theorie des Raumes bezieht. Dies liegt insofern nahe und lässt den Nachholbedarf der Medienwissenschaften beim Blick über Fachgrenzen leicht ermes- sen, wie politisches und soziologisches Wissen statt den Raum längst Fragen der Globalisierung und der medientechnisch integrierten ‚Weltgesellschaft‘ diskutiert.

Das man deren Gestalt, beeindruckt von der Rhetorik des Neuen, in den Medienwissenschaften allzu leichtfertig aus den Effekten aktuellster Medienstandards technikdeterministisch abgeleitet hat, markiert für den Hamburger Medienwissenschaftler Peter Ludes denn auch den konkreten Nachholbedarf seines Faches und motiviert seinen Appell zu sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Einsichten wie sie der in den letzten Jahren häufig zitierte Manuel Castells hervorgebracht hat. Dessen Auseinandersetzung mit dem Verhältnis der Entwicklung von neuen Informationstechnologien zu urbanen und regionalen Prozessen beginnt bedenkenswerter Weise mit einer kritischen Auseinandersetzung

der McLuhan’schen Idee vom globalen Dorf. Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, so nimmt McLuhan an, relativieren den Raum und führen damit zu einer Entstrukturierung räumlicher Ordnungen, in deren Folge urbane Strukturen an Bedeutung verlore- n. Dieser Gedanke ist in postmodernen Medientheorien französischer Provenienz in einer Auflösung der geophysikalischer Realität zu Gunsten einer Totalität der symbolischen Zeichen kulminiert (z.B. Baudrillard). Castells’ Analysen hingegen versuchen medientechnische Transformationen räumlicher Strukturen als Interaktion zwischen der Restrukturierung des Kapitalismus’ als sozialem System und Informationalisierung als neuer Form sozio-technischer Organisation zu verstehen. In Folge dieser Interaktion bilde sich eine neue räumliche Ordnung heraus, die Ludes allerdings nur hinsichtlich der Auswirkungen auf unser Symbolverständnis interessiert. (Vgl. S.14) Es geht um Funktionen der Ikonabilität von Medien-Bildern, die sich aus einer medientechnischen Transformation überlieferter Symbole ergibt und eine zugespitzte Form der Visualisierung darstellt. Diese kennzeichnen Kommunikations- und Erlebnisformen global vernetzter Medienöffentlichkeiten: Ikonisierung mobilisiert kol-

lektive Affekte, bindet öffentliche Aufmerksamkeit und synchronisiert das Publikum mit der Welt. Die neue Bildlichkeit des Ikonischen bei Fernsehen und Internet bedinge eine gegenüber der Schrift leichter decodierbare visuelle Form und verändere damit die Organisation der kulturellen Wahrnehmung. (Vgl.83ff.)

Solche Gemeinplätze aus der Medialitätsforschung untermauert Ludes mit zahlreichen theoretischen Querverbindungen, die sich für das ‚Dazwischen‘ von Kultur und Technik interessieren. Sie stehen argumentativ oft unvermittelt neben einem medientechnischen Reduktionismus, der bei McLuhan wie auch bei Ludes an vielen Stellen einen fließenden Übergang von Medienhistoriographie zu Medienprognostik aufweist, an die Ludes in schöner Regelmäßigkeit Spekulationen über mögliche medientheoretische Programme anschließt: „Bilderkennungsverfahren (Ludes 2011, Teil 1) werden den Prozess einer Herausbildung transkulturell wirksamer Bildsymbole beschleunigen. [...] Auch deshalb sind Untersuchungen von Medieninhalten und -formaten auf solche der Kommunikationskontexte im Sinne von Rezeptions- oder Nutzungsstudien angewiesen, aber auch auf Studien längerfristiger, als relativ natürlich unterstellter Orientierungsmuster und Sprachkonventionen.“ (S.19)

Trotz der beachtlichen Zahl der in diesem Zusammenhang vorgestellten Theorien und Modelle mangelt es der Arbeit an einer soliden konzeptuellen Verbindung von symbolischen und

außersymbolischen Prozessen, wie sie beispielsweise Hartmut Winkler in seiner Diskursökonomie (2004) über den Marx'schen Begriff des Waren-Tausches entworfen hat, um die bilanzierte Veränderung von Wahrnehmungs- und Aufmerksamkeitsorganisation nicht wieder als Effekt oder Ableitung global ausgerichteter Datenströme und Medientechnologien erscheinen zu lassen. Statt Lösungsvorschlägen bietet Ludes einen Steinbruch von sozial- und kommunikationstheoretischen Theoriereferaten, die – wie es der Titel verspricht – ‚Elemente‘ eines internationalen Medientheoretischen Diskurses zwar vor- aber argumentativ selten zusammenführen. Dafür bleibt der Tonfall des Autors zu programmatisch im Sinne eines ‚Man-müsste-mal‘. Die Lektüre des Buches von Peter Ludes mag als zukünftiges ‚Arbeitsprogramm der Medienwissenschaften‘ dennoch nützlich und anregend sein.

Tim Raupach (Marburg)