

**Stefan Bollmann (Hg.): Kursbuch Neue Medien.
Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur**

Mannheim: Bollmann 1995, 365 S. ISBN 3-927901-56-3, DM 39,80

Nach einem Satz Bert Brechts ermöglichte unsere Gesellschaftsordnung, „daß Erfindungen gemacht werden, die sich ihren Markt erst erobern, ihre Daseinsberechtigung erst beweisen müssen“. Daß diese Eroberung schon längst zum weltweiten Triumphzug der Neuen Medien geworden ist, muß kaum noch angezweifelt werden, ebensowenig wie die Tatsache, daß die technologische Entwicklung neuer Medien nicht erst seit ISDN und Cyberspace „an die Erfordernisse des Geschäftslebens [und] an die Machtansprüche eines chaotischen Betriebes in Wissenschaft und Wirtschaft gebunden“ ist (Walter Benjamin). Das *Kursbuch*, so eine Besprechung vor dreißig Jahren, habe seinen Schwerpunkt in der „gründlichen Revision der faktischen Lage überall auf der Welt“. Nimmt man Hans Magnus Enzensbergers „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ im *Kursbuch* 20 (1970) wieder zur Hand und liest man beispielsweise die Beiträge Alan M. Turings und John von Neumanns im *Kursbuch* 8 (1967) oder schlägt die Beiträge im *Kursbuch* 75 (1984) nach, so trifft man auf ein immens hohes Niveau, an dem sich das vorliegende *Kursbuch* wird messen lassen müssen. Nach Auskunft des Herausgebers, der übrigens mit Edith Flusser die *Schriften* des Medienphilosophen Vilém Flusser ediert, lassen sich „Kursbücher als Orientierungshilfen zum Verlassen von Standpunkten definieren“, die „desto besser [sind], je

vollständiger die möglichen Verbindungen erfaßt“ werden (S.11f.): Unter den Rubriken „Fahrplanauskünfte“, „Umsteigen auf Hypertext“, „Eingänge in den Cyberspace“, „Auffahrten auf die Datenautobahn“, „Kurs auf Biosphäre II“, „Einladungen in neue Kunstträume“ versammelt der Band 33 Beiträge, überwiegend Publikationen der letzten beiden Jahre. Hier wird orientiert über elektronisches Publizieren, über Orgasmus per Mausclick, über virtuelle Unternehmen, digitales Geld, die Zukunft der Intelligenz, über die Kommerzialisierung des Internet und über die Chancen einer utopischen Informationsgesellschaft u. v. m. An der im Zeitalter der elektronischen Revolution so leicht vergänglichen Aktualität scheint es nicht zu fehlen; typographisch abgesetzt vom fortlaufenden Text sind darüber hinaus Stichwörterläuterungen, z. B. zu Telematik, digitaler Kompression, LOGO, Van Gogh TV, MUD, Meme, Info Broker, Web, ATM, PDA, Wetware, Cyborg, VLSI. Autoren wie Peter Glotz, Martin Bangemann, die Agentur Bilwet, Aaron Koenig, Jürgen Claus, Num June Paik, Florian Rötzer, Bernd Wingert, John Perry Barlow und Vilém Flusser finden sich auf der Autorenliste – und doch: Versteht man unter Aktualität den kritischen Funken, der das Faktische vermittels eines Konzepts der Revision in eine kritische und kritisierbare Lage zu bringen imstande ist, so enttäuscht der Band weitgehend. Nur zum geringeren Teil wird das zusammenhängen mit der Aussparung unverzichtbarer Sektionen der Computerkultur: „das große Thema von Kindern bzw. Jugendlichen [bzw. Schule] und Neue Medien“ (S.12), aber auch Militär und Informatik, Geschichte des Computers und Bewußtseinsgeschichte der elektronischen Medien, Soziologie des Programmierens und der Programmierer, Metaphorologie der Neuen Medien etc.

Wertvoll wird der Band durch die Heterogenität der Perspektiven und die Vielfalt der theoretischen Zugangsweisen und letztlich durch die Authentizität und Kompetenz der Autoren: mehr ein *Handbuch* Neue Medien; Fortsetzung und Erweiterung erwünscht.

Ludger Rehm (Osnabrück)