

Sammelrezension „Netzwerke“

**Andreas Hepp, Friedrich Krotz, Shaun Moores, Carsten Winter (Hg.):
Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-,
Kommunikations- und Kulturtheorie**

Wiesbaden: VS – Verlag für Sozialwissenschaften 2006 (Reihe Medien –
Kultur – Kommunikation), 215 S., ISBN 10-3-531-14598-3, € 22,90

**Ivo Mossig: Netzwerke der Kulturökonomie. Lokale Knoten und globale
Verflechtungen der Film- und Fernsehindustrie in Deutschland und den
USA**

Bielefeld: transcript 2006 (Reihe Global Studies), 226 S., ISBN 3-89942-
523-5, € 26,80

In ihrem grundlegenden und systematisch aufgebauten Reader *Globalisierung der Medienkommunikation* (2005), zugleich als „Einführung“ wie als „Lehrbuch“ deklariert, kündigen die deutschen Herausgeber Andreas Hepp, Friedrich Krotz und Carsten Winter einen weiteren Band an, der zugleich auf deutsch sowie englisch erscheint und die Frage behandeln soll, „inwieweit fortschreitender Medien- und Kulturwandel – wie beispielsweise anhand der Globalisierung der Medienkommunikation greifbar – ‚neue‘ oder ‚weiterentwickelte‘ Konzepte der Auseinandersetzung mit Medienkommunikation und kulturellen Prozessen erforderlich macht“ (S.17). Dieser Band liegt nun vor, zusätzlich von dem britischen Kommunikationswissenschaftler Shaun Moores herausgegeben, mit einem etwas umständlichen und in der Übersetzung erst recht spröden Titel, der maßgebliche einschlägige Konzepte annonciieren soll: nämlich das des britischen Kultursoziologen John Tomlinson über Indikatoren und Folgen der Globalisierung, die er im Wechsel von räumlicher Nähe und globaler Distanz sowie durch wachsende soziale Differenzierungen wie Nivellierung charakterisiert sieht und die er allesamt mit dem (etwas technologischen) Begriff der Konnektivität belegt; sodann die vielfach diskutierte, umfangreiche Theorie der Netzwerk-Gesellschaft des in Berkeley lehrenden Stadt- und Regionalplaners Manuel Castells, womit das weltweite Geflecht von Knoten, Kanälen und offenen Strukturen umrissen werden soll, das für Finanzströme ebenso gilt wie für globale Kommunikation; und endlich der „Neuansatz“ (S.10) des Soziologen John Urry, der eine Soziologie jenseits von Nation und Gesellschaft mit dem Schlüsselbegriff des „Flusses“, nämlich von Fluiditäten von „Kapital, Information, [...] Organisationsinteraktionen, [...] von Bildern, Tönen und Symbolen“ (ebd.), begründen will. Das alles hört sich nicht sehr präzise und analytisch an (und manche Übersetzung dürfte so in der Fachwelt nicht überleben). Und obwohl die Herausgeber, vermutlich allen voran der Bremer Kommunikationswissenschaftler Andreas Hepp, in ihrer Einleitung – Hepp auch in seinem theoretischen Beitrag zu „translokalen Medienkulturen“

– erhebliche argumentative Mühe darauf verwenden, zu begründen, „dass diese Konzepte nicht nur Theoretisierungen ermöglichen, die gegenwärtige Wandlungsphänomene besser greifbar machen als andere analytische Konzepte“, vielmehr auch „im hohen Maße für eine insbesondere auf Alltagspraktiken und alltägliche Auseinandersetzungen um Bedeutung fokussierte empirische Forschung anschlussfähig“ (S.12) seien, bleiben doch viele Fragen offen und tun sich manche Gegensätze auf:

Denn zum einen verwenden die Beiträger die Begriffe höchst unterschiedlich, von pragmatisch bis metaphorisch, oder ignorieren sie ganz im postulierten Sinn, zum anderen bestreiten sie ihre neue analytische Qualität. So widerspricht Friedrich Krotz gleich im ersten Beitrag vehement dem eingangs aufgestellten Postulat, „dass man das soziale, kulturelle, politische und wirtschaftliche Leben auf ein Netzwerkkonzept oder ein Konzept komplexer Konnektivität reduzieren“ (S.27) könne. Das taue allenfalls für spezifische, funktionale Zusammenhänge, für die systemischen Strukturen im Sinne Habermas' (den er neben Elias als Gewährsmann anführt), nicht aber für die vielfältigen, kontingenten Lebenswelten. Daher setzt Krotz diese Kategorien seine schon eingeführten „Metaprozesse“ (S.27ff.) der „Globalisierung, Individualisierung und Mediatisierung“ (S.29) als dominante Veränderungstrends entgegen, denen er die „Kommerzialisierung“ als „Basisentwicklung“ unterlegt, „aus der die anderen drei resultieren“ (S.36). Diese „These“ (ebd.) darf man wohl getrost als (erstaunlich prononciert) politökonomisch deuten, gleich ob traditionell oder postmodern; allerdings expliziert sie Krotz über bekannte Formulierungen hinaus nicht weiter und macht sie daher für die besagten neuen Konzepte nicht ‚anschlussfähig‘. Gern hätte man etwas über die Resonanz auf seinen Beitrag erfahren, denn auch dieser Band rekurriert auf einen Workshop der Fachgruppe Soziologie der DGPK von 2003. Ebenso moniert Nick Couldry (London), dass sich die von ihm fokussierte Akteur-Netz-Werk-Theorie, die er als „hoch einflussreichen Ansatz innerhalb der Wissenssoziologie“ (S.101) apostrophiert, die aber im deutschen Verständnis eher als Erklärungsansatz für wissenschaftliche Innovation und Produktivität gelten kann, bislang weder mit der Medientheorie verbunden noch gar eine eigene Medientheorie hervorgebracht habe.

„Netzwerkansätze sind nicht so neu, wie die gegenwärtige Debatte vielleicht suggeriert“ (S.120), merkt der Münchner Medienwissenschaftler Thorsten Quandt an und verweist auf soziologische Vordenker wie Simmel und Radcliffe-Brown. In seiner bereits publizierten Beobachtungsstudie über den Arbeitsalltag von Online-Journalisten (*Journalisten im Netz*, Wiesbaden 2005), die er hier erneut sehr übersichtlich und mustergültig darstellt, nutzt er das Netzwerkkonzept, um mittels des Data-Mining-Programms „Clementine“ die Vielzahl „regelmäßiger Relationierungen“ (S.131) zwischen Handlungstypen, Ressourcen, Orten und Zeiträumen angemessen, d.h. als „komplizierte, fluktuierende Geflechte, die zum Teil Ambiguitäten und Widersprüche beinhalten“ (S.137), abzubilden. Aller-

dings ist ein solches Verfahren recht aufwändig, kostenintensiv und lässt sich nur bei nicht-repräsentativen Studien durchführen, wie der Autor in einer konkreten Auflistung von Vor- und Nachteilen bilanziert. Auch die beiden anderen annähernd empirischen Studien, Carsten Winters eher ethnografische Reflexionen über Handy und Laptop und ihre potentiellen Formierungen emotionaler Bindungen sowie Maren Hartmanns Exkursionen in feministische Internetforen, verwenden Konnektivität, Netzwerk und Fluss vornehmlich als heuristische Kategorien. Und endlich räsoniert Tomlinson über mögliche kulturelle Veränderungen durch Medientechnologien in einem weit spekulativen Rahmen (bis hin zu Prousts *Auf der Suche nach der verlorenen Zeit*). Moores mustert neuere „Ortskonzepte in einer Welt der Ströme“ (S.189ff.) – außer das von Castells und Urry auch das von Massey und Meyrowitz – und kommt zu dem Ergebnis, dass alle noch wenig griffig seien und die Komplexität von materiellen und symbolischen Settings nicht hinreichend erfassen, während der ebenfalls in Großbritannien lehrende Andreas Wittel aufgrund empirischer Studien in London bereits eine neue „Netzwerk-Sozialität“ (S.163ff.) „als paradigmatische Sozialform des späten Kapitalismus und der neuen Kulturökonomie“ (S.164) heraufziehen sieht. Sie gründe „auf Individualisierung“ und sei „zutiefst in Technologie eingebettet“, außerdem sei sie „informationell, kurzlebig, aber intensiv und wird durch eine Angleichung von Arbeit und Spiel charakterisiert“ (S.184). Ob da nicht wieder – entgegen allen Globalisierungsbeschwörungen – eine definitiv westliche, zumal soziologisch exklusive Sicht, nämlich die der prosperierenden, flirrenden Mega-Media-Cities, überzeichnet, wenn nicht gar idealisiert wird, die alle gegenläufigen sozialen Verwerfungen, Risiken und Ausgrenzungen ignoriert? Dazu äußert sich der Autor leider nicht. So bleibt nach der Lektüre dieses Bandes insgesamt fraglich, ob die vornehmlich funktionalistischen, weitgehend technologisch grundierten Ansätze die unterstellte Reichweite erlangen, die „weit über eine Auseinandersetzung mit Fragen der Globalisierung hinaus geht und Konnektivität, Netzwerk und Fluss zunehmend zu Schlüsselkonzepten des gegenwärtigen theoretischen Diskurses werden“ lässt (S.17), wie die Einleitung postuliert. Stichhaltige Beweise oder auch nur hinlänglich gehaltvolle Indikatoren für eine solch weit reichende Validität bleiben die Beiträge implizit oder auch erklärtermaßen schuldig.

Netzwerke sind für den Gießener Wirtschaftsgeografen Ivo Mossig „Koordinationsformen ökonomischer Aktivitäten [...], die zwischen den [...] Koordinationsformen des Marktes und der Hierarchie angesiedelt sind“ (S.54). In dieser (wohl) lesefreundlich gekürzten Habilitationsschrift begegnet man als Medienwissenschaftler zunächst einer ungewohnten Terminologie und Sichtweise: umgekehrt muss der Autor mit dem von ihm gewählten Untersuchungsgegenstand, nämlich der Kulturökonomie, zu der er die Medienwirtschaft zählt, und dem favorisierten Ansatzes der ökonomischen Cluster als „lokaler Knoten“ (S.57) und Zusammenballungen von Unternehmen einer Branche manche Vorgaben und Rituale seiner Disziplin in Frage stellen oder gar beiseite räumen, die hier

nur am Rande interessieren. Deshalb rekapituliert er auch etliche medienwissenschaftliche Selbstverständlichkeiten (wie etwa die Darstellung eingespielter Produktionsabläufe und Vermarktungsketten sowie mediengeschichtliche Entwicklungen). Mittels sekundäranalytischer Analysen einschlägiger Wirtschaftsdaten (wie Umsatz, Anzahl von Firmen und Beschäftigten bis 2004) identifiziert der Autor neun Cluster (vulgo: Standorte, der Clusterbegriff rückt im Laufe der Darstellung ein wenig in den Hintergrund), allerdings nur für die Film- und Fernsehproduktion, von denen er die beiden gewichtigsten, nämlich Köln und München, einer eigenen empirischen Untersuchung unterzieht. In den Jahren 2001 und 2003 befragt er 57 „Experten“ mittels eines leitfadengestützten Interviews. Näher werden diese gewählten „Experten“ nicht charakterisiert (vgl. S.134). Sie deklarieren nach den zehn – teils auch weichen – „Standortfaktoren“ München als die beste Region für ihre Branche, gefolgt von Köln und Berlin (vgl. S.135). Im Zeichen der viel beschworenen „Globalisierung“ (S.76ff.) untersucht der Autor in einem zweiten Schritt auch, ob und inwieweit die deutsche Film- und Fernsehindustrie mit dem internationalen Markt, hier exemplarisch mit der Filmindustrie in Los Angeles/Hollywood, verflochten ist, und zwar sowohl mit den sieben dominanten Major Studios als auch mit den Independents. Dazu wertet er wiederum verfügbare Wirtschaftsdaten aus, als er ebenso Interviews in den USA und in Deutschland führt. Die Ergebnisse sind ernüchternd, obwohl Deutschland nach Japan den dritt wichtigsten Markt für die internationale Film- und Fernsehindustrie darstellt. Die Majors bilden inzwischen ein „weltweites Oligopol“ (S.195) für die gesamte Vermarktungskette, vertreiben sogar die aussichtsreichen Independent-Produktionen und haben dafür „transnationale Unternehmen“ (S.196) gebildet oder engagiert, die ihre lokalen Dependancen in Frankfurt, Hamburg, München und Berlin haben. Mit den besagten deutschen film- und fernsehwirtschaftlichen Zentren ist „der weltweit dominante Standort Los Angeles/Hollywood nicht in besonderer Weise [...] verbunden“ (ebd.). Insofern erweist sich besagte Globalisierung für die Film- und Fernsehproduktion während der untersuchten Zeiträume noch als sehr einseitig und dürfte ebenfalls nicht uneingeschränkt weit reichende theoretische Entwürfe stützen. Vielmehr sind – auch aus der Sicht des Wirtschaftsgeografen Mossig – noch ungleich mehr und differenziertere empirische Erhebungen angesagt, die die eingängigen Formeln von Globalisierung und Netzwerken mit tragfähiger, vielfältiger, vermutlich auch widersprüchlicher Substanz versehen. Für solche Einsichten und Befunde kann der Blick über disziplinäre Zäune – und zwar in jedwede Richtung – immer wieder lohnend sein.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)

Hinweise

Belting, Hans (Hg.): Bildfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch. Reihe: Bild und Text, München 2007, 280 S., ISBN 978-3-7705-4457-8

Fromme, Johannes, Burkhard Schäffer (Hg.): Medien - Macht - Gesellschaft. Medienbil-

dung und Gesellschaft. Bd.4, Wiesbaden 2007, 220 S., ISBN 978-3-531-15301-8

Schanze, Helmut, Gregor Schwering, Gebhard Rusch: Theorien der Neuen Medien. Kino - Radio - Fernsehen - Computer. UTB, Bd.2840, Stuttgart 2007, 400 S., ISBN 978-3-8252-2840-8