

Michael Treutler: Die Ordnung der Sinne. Zu den Grundlagen eines medienökonomischen Menschen

Bielefeld: transcript Verlag 2005, 282 S., ISBN 3-89942-514-6, € 26,80

Das Thema Medienökonomie ist aus betriebswirtschaftlicher Perspektive schon seit langem öffentlichkeitswirksam en vogue und wird zum Glück seit einigen Jahren nun auch aus dem Blickwinkel der Medienwissenschaft ernsthaft betrachtet. Der vorliegende Titel von Michael Treutler leistet hierzu einen erhellenden Beitrag, da er sich dem bisher eher randständig behandelten Thema der Kompatibilität von Medien- und Ökonomietheorien widmet. Interessant ist dieses besonders dadurch, dass der Perspektivenwechsel in Bezug auf die Untersuchung der Medienökonomie radikal erfolgt, da die Medien nicht nur hinsichtlich ihrer Position und Funktion innerhalb der Ökonomie diskutiert werden, sondern vielmehr nach der Medialität der Ökonomie vor dem Hintergrund der Konstellation Mensch-Medien-Ökonomie gefragt wird.

Ganz im Sinne des für die medientheoretische Fundierung hauptsächlich herangezogenen und fruchtbar gemachten Ansatzes von Marshall McLuhan, steht der ökonomisch handelnde Mensch im Mittelpunkt der Betrachtungen. Dieser orientiert sich, so die Hauptthese von Treutler, „an einer Ordnung der Sinne [die] durch die Interaktion zwischen Menschen und Medien ausgeprägt wird“ (S.14).

Im Einklang mit dem Medienverständnis von McLuhan, der Medien als Ausweitungen des menschlichen Körpers versteht, die dazu führen, dass sich der Maßstab und die Form der menschlichen Wahrnehmung und Kultur durch ihre Erscheinung und Etablierung verändern, entwickelt das Buch das Bild eines wesentlich medial bestimmten ökonomischen Handelns.

Diese Erkenntnis ist für den genuinen Medienwissenschaftler sicherlich nicht

neu, besonders nicht vor dem Hintergrund des geistigen Vaters von McLuhan, Harold A. Innis, der seine Gedanken aus wirtschaftswissenschaftlichen und ökonomischen Betrachtungen heraus entwickelte. Neu und hier grundsätzlich gelungen ist jedoch die Verbindung des McLuhan'schen Medien- und Kulturverständnisses mit den ökonomischen Theorien der Neoklassik, der Neuen Institutionsökonomik und des kognitiven Institutionalismus. Auch für den ökonomietheoretisch nicht fundierten Leser, was ferner für den Verfasser dieser Rezension gilt, geschieht diese Diskussion und Kombination nachvollziehbar und verständlich. Dieses gelingt Treutler im Wesentlichen dadurch, dass er sprachlich und formal den roten Faden nicht verliert, was sich in einem logischen Aufbau, gelegentlichen Zusammenfassungen sowie erklärenden und den Textfluss auflockernden Grafiken zeigt. Nicht zuletzt tragen auch das ansprechende Layout und die künstlerisch gestalteten Titelblätter dazu bei, den *homo oeconomicus* als medial geordnet zu begreifen und auch zu verstehen.

Andreas Wagenknecht (Mannheim)