

**Manfred Rühl: Publizieren.****Eine Sinngeschichte der öffentlichen Kommunikation**

Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1999, 261 S.,  
ISBN 3-531-13370-5, DM 49,80

Manfred Rühl unternimmt mit seinem Projekt den engagierten Versuch einer Sinngeschichte öffentlicher Kommunikation, die zugleich den Entwurf „einer wissenschaftlichen Theorie des Publizierens und einer Theorie der Politischen Ökonomie des Publizierens“ (S.13) ermöglichen soll. Um es vorwegzunehmen: Rühl löst nicht nur diese selbstgestellte Aufgabe souverän, sondern bietet darüber hinaus eine intelligente und zugleich unterhaltsame Studie. Ausgehend von der These, dass „Publizieren ... jene[r] Topos menschlicher Kommunikation ... [genannt wird], der öffentlich, fortlaufend und in persuadierender Absicht vollzogen wird“ (S.11), löst sich der Verfasser von der einseitigen Definition des Publizierens als schriftliches „Veröffentlichen“. Publizieren ist für Rühl charakteristisches Merkmal einer Kommunikationskultur und abhängig von ihren funktionalen Elementen („Information, Sinn, Thema, Mitteilung und Gedächtnis, zusammen mit den gesellschaftlich knappen Ressourcen Erwerbsarbeit, Geld, Zeit, Aufmerksamkeits-, Lese-, Aufnahme- und Zahlungsbereitschaft“; S.21f.). Aufbauend auf einem formal knappen, aber außerordentlich gedankenreichen theoretischen Kapitel, in dem er seine theoretischen Prämissen ausformuliert und auf die Anforderungen seines analytischen Zugriffs ausrichtet, untersucht Rühl in den sechzehn folgenden Kapiteln theoretische Positionen, die einen Wandel im Verhältnis zwischen der Semantik des Publizierens und gesellschaftlichen Strukturen dokumentieren. Diese Kapitel könnten auch als „Portraits“ bezeichnet werden – stehen doch Texte von „Leitautoren“ (S.23) wie Homer, Kant oder Hegel in ihrem Mittelpunkt –, wenn dies nicht eine personengeschichtliche Ausrichtung der Perspektive unterstellen würde. Doch sind für Rühl keineswegs das Leben und die Taten „großer Männer“ Kennzeichen einer Entwicklung des Publizierens, sondern die Formen, die gesellschaftlich bedeutsamer Sinn durch die Leistungen dieser Personen öffentlich annehmen kann – und ihr Platz in einer Kommunikationskultur. Diese überindividuelle Qualität in den Texten der „Leitautoren“ verdeutlicht Rühl nachvollziehbar und zeitlich in beinahe universalhistorischer Perspektive (die Spanne reicht von Homer bis in die Gegenwart).

Einen Anspruch auf universelle Übertragbarkeit der von ihm formulierten Ergebnisse erhebt der Verfasser jedoch nicht, denn eine Sinngeschichte des Publizierens „kann immer nur bestimmte Verhältnisse zwischen dem Publizieren und gesellschaftlichen Lebensbereichen und Lebenswelten untersuchen.“ (S.20) Rühl bezieht sich in seinen Ausführungen explizit auf Jan Assmanns Begriff des kulturellen Erinnerns, was seine Arbeit auch für den Kulturhistoriker zu einer gewinnbringenden Lektüre werden lässt. Die Aufgabe einer Sinngeschichte des Publizierens scheint hiernach darin zu liegen, dass „sie Neues erinnert, indem

sie Bewahrtes umbaut, und wieder anderes vergißt.“ (S.15) Wünschenswert wäre – und an diesem Punkt zeigt die Arbeit wenn nicht einen Mangel, so doch Möglichkeiten ihrer Weiterführung – die Öffnung der wissenschaftlichen Perspektive über den europäischen und amerikanischen Bereich hinaus: Die Kommunikationskulturen Asiens, in den wissenschaftlichen Möglichkeiten ihrer Analyse historisch mindestens ebenso lang zurückführbar wie die Europas, könnten sicherlich Beispiele für alternative Sinngeschichten des Publizierens bieten. Der Kommunikationswissenschaftler Rühl sieht zunftkritisch auf die vereinfachende Verwissenschaftlichung in der Funktionsbestimmung des Publizierens. Im Zeichen einer potentiellen weltweiten Öffentlichkeit von Kommunikation (Internet) kann eine Sinngeschichte des Publizierens nicht an den überkommenen wissenschaftlichen Grenzen der Konzentration auf ‚Alter‘ und ‚Neuer Welt‘ haltmachen.

Stefan Zahlmann (Berlin)

### Hinweise

- Frerichs, Stefan: Bausteine einer systemischen Nachrichtentheorie. Konstruktives Chaos und chaotische Konstruktionen. Wiesbaden 2000. 446 S., ISBN 3-531-13505-8.
- Nickel, Petra: Mädchenzeitschriften - Marketing für Medien. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Marktstrategien und Inhalte. Münster/ New York/ Berlin/ München 2000. 360 S., ISBN 3-89325-891-4.
- Schmid, Sigrun: Journalisten der frühen Nachkriegszeit. Köln 2000. 289 S., ISBN 3-412-03700-1.
- Stöber, Gunda: Pressepolitik als Notwendigkeit. Stuttgart 2000. 304 S., ISBN 3-515-07521-6.
- Straßner, Erich: Journalistische Texte. Tübingen 2001. 105 S., ISBN 3-484-37110-2.