

aus: Adelman, Ralf u. a. (Hg.): Ökonomien des Medialen. Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften. Bielefeld 2006, S. 47-62.

NETZBILDUNG DURCH ANTAGONISTISCHES HANDELN BIETET DIE ÖKONOMIE EIN MODELL FÜR EIN VERSTÄNDNIS DER MEDIEN?

HARTMUT WINKLER

1. Intro

Unser Wirtschaftssystem, der Kapitalismus, ist eine faszinierende, eine schillernde, eine bewunderungswürdige Maschine. Er hat sich nicht nur als vitaler erwiesen, als die marxistische Prognose jemals gedacht hätte, sein prognostiziertes Ende überlebt und nahezu alle seine historischen Alternativen zur Seite gedrängt, er hat es auch verstanden, sich eine Massenloyalität zu sichern, die, zumindest wenn man die westlichen Industriegesellschaften betrachtet, auch Phasen eines längeren wirtschaftlichen Niedergangs übersteht. Der folgende Text will dieser Vitalität nachforschen.

Und die zentrale These ist einigermaßen schlicht. Ich möchte zeigen, dass das kapitalistische Wirtschaftssystem seine Vitalität daraus bezieht, dass es antagonistische Handlungsrollen miteinander verknüpft. Ich möchte ein Netzwerk zeigen, das gerade nicht von einem Modell der freundlichen Kontaktaufnahme ausgeht, von ›Kommunikation‹ als Relationierung, oder vom Modell einer vernetzenden Infrastruktur, sondern das den Konflikt, den Widerspruch einander widerstrebender Interessen zu seiner Grundlage macht. Es scheint mir eine *andere Logik der Vernetzung* zu sein, die sich hier abzeichnet. In einem zweiten Schritt will ich dann fragen, was dies außerhalb ökonomischer Fragestellungen für eine Theorie der Medien bedeutet.

Wenn mir der vorgeschlagene Weg vielversprechend erscheint, dann, weil die meisten Medientheorien anders ansetzen. ›Kommunikation‹ und Vernetzung werden fast durchgängig als friedfertig modelliert.

»Communication theory«, schreibt Briankle Chang in einer kritischen Rekonstruktion, »willingly promotes social cooperation at the expense of social difference and conflicting interests.« (Chang 1996: 175)

»A blindness that [...] causes communication theorists to reify understanding as the ideal, the telos, and the norm of communicative activities. Under this view, to communicate is – principally – to achieve understanding, and instances of misunderstanding, of equivocation, of ambiguity, of nonsense, can be viewed only negatively, that is, as lack, aberration, or dysfunction.« (Chang 1996: 174)

»And the build-in goal, the telos, of communicative events is always – at least for those who are involved – to arrive at a better mutual understanding or greater feeling of certainty and security toward one another, in short, the achievement of commonwealth that reflects the triumph of sociality over individuality, of collective identity over individual difference.« (Chang 1996: xi)

»Why is the problem of communication so readily translatable into an issue of mediation?« (Chang 1996: 45)

Die so umrissene Vorstellung von Kommunikation ist ebenso unauffällig-allgegenwärtig wie tatsächlich dominant. Ob McLuhan auf Teilhardts Utopie zurückgreift, ein den Globus umspannendes Netzwerk umfassender Kommunikation werde den Globus umfassend befrieden, oder Habermas seine ›Theorie des kommunikativen Handelns‹ auf den Konsens zentriert; oder selbst bei Luhmann, berühmt für eine eher amoralisch-funktionalistische Analyse, Kommunikation mit gesellschaftlicher Synthese, ›Konsens‹, ›Vereinheitlichung‹ und ›Integration‹ weitgehend in eins fällt¹ – einig mit dem Alltagsbewusstsein würde Kommunikation als ein Netzwerk des Ausgleichs, als Verbindung, und als etwas freundlich Positives beschrieben. Kommunikation ist in erstaunlichem Maß positiv konnotiert. Kommunikation ist vor allem Verzicht auf Gewalt – ›Solange geredet wird, wird nicht geschossen‹. Und an die technischen Medien wird, aller Medienschelte zum Trotz, hiervon etwas vererbt.

In der Wirtschaft, die im Folgenden als Vergleichspunkt fungieren soll, wird ebenfalls nicht geschossen. Das gigantische Tauschsystem, das uns mit dem Notwendigen (und dem Überflüssigen) versorgt, das unsere Arbeit aufsaugt und uns die Produkte fremder Arbeit zugänglich macht, ist unter den verschiedenen Netzwerken, die die Gesellschaft konstituieren, sicher dasjenige, das am wenigsten wegzudenken ist.

Und dieses Netz ist in sich äußerst komplex.² Idealtypisch reduziert besteht es aus einzelnen Akten des Tauschs und des Austauschs, die die

1 Siehe z.B.: Luhmann (1975) S. 14 und 21 (Abstimmung, Konsens), S. 21 (Vereinheitlichung), S. 17 und 29 (kommunikative Integration).

2 Theorieabhängig lassen sich innerhalb des Netzes selbst die unterschiedlichsten Layers unterscheiden: Produktion und Konsumption sind verbunden

Maschen des Netzes und seine strukturelle Basis bilden. Und diese Tauschakte lassen sich relativ präzise beschreiben. Für sie ist kennzeichnend, dass sie voneinander unabhängig sind, eine Bindung über den einzelnen Tauschakt hinaus also nicht voraussetzen.³ Weiterhin, dass sie freiwillig zustande kommen.⁴ Plattform ist ein Vertragsverhältnis, das die rechtliche Gleichheit beider Tauschpartner unterstellt. Eine zweite Ausgangsannahme ist, dass im Tausch grundsätzlich Äquivalente getauscht werden.⁵ Dies ist wichtig, weil Äquivalenz eine Art Äquivalent von Gerechtigkeit ist. Gewaltverzicht, Freiwilligkeit, Massenteilhabe und eine auf Äquivalenz gefußte Gerechtigkeit sind die Grundlage dafür, dass das Modell des Tauschs in ganze Gesellschaftsutopien wie diejenige der ›Marktwirtschaft‹ hinein sich verlängert.

So betrachtet haben wir auch von den Tauschakten der Ökonomie zunächst ein sehr freundliches Bild. Dem allerdings stehen sehr exponierte Formulierungen entgegen, die diese Freundlichkeit grundsätzlich bestreiten. Max Weber etwa hat hervorgehoben, dass »der Markt ursprünglich eine Vergesellschaftung mit Ungenossen, also Feinden, ist« (Weber [1922] 1976: 385).⁶

Inwiefern aber ›Feinde‹? Unbestreitbar ist, dass im Tauschakt zwei widerstrebende Interessen sich kreuzen: Während der Verkäufer daran interessiert ist, einen möglichst hohen Preis zu erzielen, verfolgt der Käufer das Gegenteil. Zudem hat Marx gezeigt, dass dies nur die Äußerungsform eines tiefer liegenden Antagonismus ist, der die gesamte Warenwirtschaft bestimmt und in der Substanz der Ware – bis hinein in ihre materiellen Eigenschaften und die Muster ihrer Zirkulation – sich niederschlägt. Während der Käufer am Gebrauchswert der Ware interessiert ist, Voraussetzung dafür, die Ware in seine Alltagsvollzüge zu integrieren, ist der Verkäufer an diesem Gebrauchswert vollständig desinteressiert. ›Die Möbel müssen halten, bis sie beim Verbraucher sind‹, und Tomaten müssen in etwa wie Tomaten aussehen. Ist der Tauschakt vollzogen und das Äquivalent realisiert, ist der Zyklus für den Verkäufer abgeschlossen; für den Käufer beginnt der Gebrauch, und dies möglicherweise als Lei-

durch das Netz des Handels, Infrastrukturen für den Transport, Infrastrukturen für Kommunikation, Produktinformationen, Werbung, PR und Logistik, Infrastrukturen speziell für Vermarktung und Geldverkehr usf.

3 »Soziologisch betrachtet, stellt der Markt ein Mit- und Nacheinander rationaler Vergesellschaftungen dar, deren jede insofern spezifisch ephemere ist, als sie mit der Übergabe der Tauschgüter erlischt [...]. Der realisierte Tausch konstituiert eine Vergesellschaftung nur mit dem Tauschgegner.« (Weber [1922] 1976: 382).

4 Der Slogan »Kaufen - Marsch, Marsch«, mit dem der Mediamarkt 2005 geworben hat, bezieht seine Ironie daraus, dass der Kaufakt gerade nicht angeordnet werden kann.

5 Empirisch gilt diese Äquivalenz nur statistisch.

6 Diese Stelle ist bei Bolz (siehe unten) zitiert.

densgeschichte. Dieser grundsätzliche Unterschied schafft ein Problem des Vertrauens, auf das der Tauschakt gleichzeitig angewiesen ist; die theatralische Seriosität des hanseatischen Kaufmanns, Garantiefrieten oder die Kontinuierung durch Markenzeichen sind eher äußerliche Wege, diesem basalen Problem zu begegnen.

Der Klassenantagonismus, den der Marxismus politisch in den Mittelpunkt rückt, geht auf dieselbe Wurzel zurück. Hier ist es der Verkauf der Ware Arbeitskraft – Ware unter Waren und gleichzeitig eine sehr besondere Ware –, der den gesellschaftlichen Raum in zwei radikal unterschiedliche Perspektiven spaltet.

Die Konkurrenz der verschiedenen Warenanbieter untereinander wäre als ein weiterer, möglicherweise untergeordneter Antagonismus zu nennen; auch hier geht es um die Existenz; Ökonomie, dies macht die besondere Dramatik dieser Sphäre aus, ist immer bezogen auf die Not. Güter, die nicht knapp sind, können nicht zum Gegenstand der Ökonomie werden, und als Mängelwesen hängen wir am Tropf eines Tauschsystems, das wir, abgeschnitten von jeder Selbstversorgung, selbst für kurze Zeit nicht entbehren können.

2. Malinowski

Dass der Tausch ein Moment von Feindschaft enthält, wird auf besondere Weise deutlich, sobald man die Gegenwart verlässt und Tauschmodelle traditionaler Stammesgesellschaften betrachtet; und als Beispiel wähle ich das Kula-System der Trobriander, von Malinowski 1922 beschrieben (Malinowski [1922] 1979), und innerhalb der Kulturwissenschaften inzwischen ein Topos, fast selbst ein magischer Ort.

Das Buch ist methodisch, in seiner Materialbehandlung und seinem Sprachgebrauch aus heutiger Sicht nicht unproblematisch, und die geschilderten Tatbestände sind auf die Gegenwart sicher nicht einfach zu übertragen. Eher metaphorisch-illustrativ und in keiner Weise belegend möchte ich deshalb nur vier Punkte hervorheben, die das Moment von Feindschaft besonders klar exponieren.

Beim Kula handelt es sich um ein rituelles Tauschsystem, das große geographische Distanzen überbrückt. In dem weit verzweigten Inselreich, das sie besiedeln, müssen die Trobriander für den Kula eine Seefahrt unternehmen, die reale Gefahren für Leib und Leben mit sich bringt; gleichzeitig werden diese Gefahren in Erzählungen und Berichten mythisch überhöht:

»Der Dobu-Mann ist nicht gut wie wir. Er ist wild, er ist ein Menschenfresser! Wenn wir nach Dobu kommen, fürchten wir ihn, er könnte uns töten. Aber seht! Ich spucke verzauberte Ingwerwurzel, und ihr Sinn wandelt sich. Sie legen ihre Speere nieder, sie empfangen uns gut.« (Malinowski [1922] 1979: 381f.)

»Vom rationalen Standpunkt aus«, schreibt Malinowski, »scheint es absurd, daß die Eingeborenen, die wissen, daß sie erwartet werden, und die ja eingeladen worden sind zu kommen, dennoch am guten Willen ihrer Partner zweifeln, mit denen sie oft Handel getrieben haben [...]. Die Grundeinstellung eines Eingeborenen« – Malinowski verallgemeinert im Kollektivsingular – »zu anderen, fremden Gruppen [aber] ist Feindseligkeit und Mißtrauen. Die Tatsache, daß für einen Eingeborenen jeder Fremde ein Feind ist, stellt ein ethnographisches Merkmal dar, das aus allen Teilen der Welt berichtet wird. Der Trobriander bildet in dieser Hinsicht keine Ausnahme, und jenseits seines eigenen, engen sozialen Horizonts trennt eine Mauer von Argwohn, Unverständnis und Feindschaft ihn selbst von seinen nahen Nachbarn.« (Malinowski [1922] 1979: 381)

Und Malinowski hebt hervor, dass das Verhalten der Dobu und ihrer Besucher während des Tauschs dieses Misstrauen unmittelbar spiegelt. Es ist Brauch, dass die Trobriander zuerst mit einer Zurschaustellung von Feindseligkeit und Wildheit empfangen und fast wie Eindringlinge behandelt werden (Malinowski [1922] 1979: 381).

Dem Moment von Gefahr, von Scheu und Furcht, und dies ist der zweite Punkt, kann begegnet werden nur mit den Mitteln einer Sicherheitsmagie. Bereits die Vorbereitung des Tauschs und jeder Schritt der Reise ist begleitet von magischen Praktiken, die das Boot, alle Ausrüstungsgegenstände und vor allem die Körper der Beteiligten vor den Gefahren schützen; umfangreiche Zauberformeln und symbolische Praktiken sind gefordert, und daneben Rituale der Reinigung und der Präparation; in den Zauberformeln selbst werden Tauschobjekte und Ausrüstung, aber auch Körperteile ausführlich behandelt (Malinowski [1922] 1979: 138ff. und 238ff.).

Die besondere Aufmerksamkeit für den eigenen Körper ist bemerkenswert, da hier die Sicherheitsmagie übergeht in eine zweite, die die Macht hat, die genuine Fremdheit und Feindschaft des Tauschpartners zu überwinden.

»Betelnuß, Betelnuß, weibliche Betelnuß; Betelnuß, Betelnuß, männliche Betelnuß; Betelnuß des zeremoniellen Spuckens!« [...]

›Ich werde den Berg mit dem Fuß treten, der Berg bewegt sich, der Berg stürzt zusammen, der Berg beginnt mit seinen Zeremonien, der Berg spendet Beifall, der Berg fällt hin, der Berg liegt darnieder! Mein Zauberspruch soll zur Spitze des Berges von Dobu gehen, mein Spruch wird das Innere meines Kanus durchdringen. Der Rumpf meines Kanus wird sinken; der Ausleger meines Kanus wird unter Wasser tauchen. Mein Ruf ist wie Donner, mein Auftreten wie das Brausen der fliegenden Hexen.« (Malinowski [1922] 1979: 238)

»Schwebender Geist von Nikiniki! [...] Es geht zurück, es läßt nach!
 Deine Wut geht zurück, sie läßt nach, oh Mann von Dobu!
 Deine Kriegsbemalung geht zurück, sie läßt nach, oh Mann von Dobu!
 Dein Zorn geht zurück, er läßt nach, oh Mann von Dobu!
 Dein Wunsch, uns wegzujagen, geht zurück, er läßt nach, oh Mann von Dobu!«
 [...]
 ›Wer kommt an der Spitze des Kinana hervor? Ich [...] komme an der Spitze des Kinana hervor.« [...]
 ›Deine Wut, oh Mann von Dobu, ist, als wenn der Hund schnüffelt.«
 (Malinowski [1922] 1979: 383)

Der Tausch also ist keineswegs garantiert, sondern der Tauschpartner muss zum Tausch erst bewegt werden.

»Hier sind wir häßlich; wir essen schlechten Fisch, schlechte Lebensmittel; unsere Gesichter bleiben häßlich. Wir möchten nach Dobu segeln; wir halten Tabus ein, wir essen keine schlechten Lebensmittel. Wir fahren nach Sarubwoyna; wir waschen uns; wir verzaubern die silasila-Blätter; wir verzaubern die Kokosnuß; wir putuma (wir salben uns selbst); wir machen unsere rote Farbe und schwarze Farbe; wir stecken unser wohlriechendes vana hinein (Kräuterschmuck in die Armbänder); wir kommen schön aussehend auf Dobu an. Unser Partner betrachtet uns, sieht, daß unsere Gesichter schön sind; er wirft uns die vaygu'a zu.« (Malinowski [1922] 1979: 372)

Die Feindschaft wird überwunden durch eine Verführung mit deutlich sexuellen Konnotationen. Reinigung und Diät, die Ästhetisierung des Körpers, Schminke und Parfümierung sind Teil einer Liebesmagie, durch die die Tauschenden attraktiv und unwiderstehlich werden, einer Magie, die gewinnend sein will, und dabei doch eine Überwältigung ist:

»Mein Kopf, er flackert auf, er blitzt auf; meine rote Farbe, sie flackert auf, sie blitzt auf.
 Meine Gesichtsschwärze, sie flackert auf, sie blitzt auf;

Meine wohlriechende Farbe, sie flackert auf, sie blitzt auf.« [...]

›Mein Kopf leuchtet auf, mein Gesicht blitzt auf. Ich habe eine schöne Gestalt erhalten wie die eines Häuptlings; ich habe eine Gestalt erhalten, die gut ist. Ich bin der einzige; mein Ruf ist ohnegleichen.‹

›Ich werde den Berg mit dem Fuß treten, der Berg bewegt sich, der Berg stürzt zusammen.« (Malinowski [1922] 1979: 375f. und 238).

Dass das Moment von Feindschaft auch im gelingenden Tausch nicht einfach verschwindet, wird an zwei weiteren Zügen in Malinowskis Darstellung deutlich. So ist der Tausch verbunden mit einer tief greifenden und andauernden Erregung. Diese betrifft zunächst das Begehren, das der Motor des Tausches ist – »den psychophysischen Theorien der Eingeborenen zufolge sind die Augen der Sitz der Bewunderung, des Wunsches und des sexuellen Verlangens, der Gier auf Eßbares und auf materiellen Besitz« (Malinowski [1922] 1979: 376) – und allgemeiner die Hochstimmung der Fest- und Ausnahmesituation, die der Tausch für die Trobriander bedeutet.

›[Es ist ein] Zustand der Erregung [...], die einen Partner ergreift und veranlaßt, großzügige Kula-Gaben herzugeben. [...] ›Ein Zustand der Erregung ergreift seinen Hund, seinen Gürtel, sein gwara (Tabu der Kokosmüsse und Betelnüsse), seine bagido'u-Halskette, seine bagiriku-Halskette, seine bagidudu-Halskette usw.« (Malinowski [1922] 1979: 377)

Verbunden ist diese Erregung mit einem deutlichen Moment von Aggression:

›Ich werde Kula treiben, ich werde mein Kula rauben; ich werde mein Kula stehlen; ich werde mein Kula stibitzen. Ich werde so Kula treiben, daß mein Kanu zum Sinken gebracht wird.‹ (Malinowski [1922] 1979: 377)

Auf der Ebene des Gestischen wird die Erregung zurückgenommen, und die Aggression findet eine eigene Form:

›Der Ausdruck der Eingeborenen, eine Wertsache zu ›werfen‹, beschreibt das Wesen dieser Handlung zutreffend. Denn, obwohl der Wertgegenstand vom Gebenden ausgehändigt werden muß, nimmt der Empfänger kaum Notiz von ihm und erhält ihn selten tatsächlich in die Hand. Die Etikette der Transaktion erfordert, daß die Gabe in einer spontanen, schroffen, fast ärgerlichen Art und Weise übergeben und mit entsprechender Gleichgültigkeit und Geringschätzung empfangen werden soll.‹ (Malinowski [1922] 1979: 387)

Es sind dies, zugegeben, äußerst knappe Ausschnitte des Malinowskischen Gesamtarguments. Will man dennoch summieren, so ist es keineswegs so, dass der Tausch einfach an die Stelle des Krieges tritt; der Tausch selbst vielmehr enthält in sich Momente der Aggression, in denen der Abgrund deutlich wird, den der Tausch überbrückt; negativ in den Zügen von Angst und Furcht, positiv im Zwang, gewinnend zu sein und den Tauschpartner, der als widerstrebend halluziniert wird, zum Tausch überhaupt zu bewegen.

Malinowskis Text ist vor allem deshalb erhellend, weil die gegenwärtige Wirtschaft, das gegenwärtige Tauschsystem, diese *emotional values* eher verbirgt als enthüllt. An der Börse wie an der Supermarktkasse ist der Tausch soweit abgekühlt, dass das Moment von Feindschaft, Fremdheit und Aggression in direkter Form nicht mehr ans Tageslicht tritt.

3. Bolz

Auf der Ebene der soziologischen Analyse, ich habe es gesagt, wäre der Antagonismus kaum strittig. Und einen weit vorgeschobenen Posten hierzu hat Norbert Bolz 2002 mit seinem ›konsumistischen Manifest‹ markiert. Der milde kalauernde Titel nimmt das Projekt vorweg:

»Max Weber hat sehr schön gezeigt, daß ›der Markt ursprünglich eine Vergesellschaftung mit Ungenossen, also Feinden, ist‹. Liebe deine Feinde – das war und bleibt à la lettre genommen zwar ein unerfüllbarer Anspruch. Doch die List der Wirtschaftsvernunft hat eine Entparadoxierung dieser Zumutung gefunden: Tausche mit Deinen Feinden! ›Exchang[e]⁷ is the fundamental human act.‹ Gesellschaftliche Vernunft, Friede und – immerhin: formale – Freiheit⁸ entstehen also gerade aus dem Gegensatz gegen die persönliche Verbrüderung. Der Tausch mit den Feinden emanzipiert die Menschen aus den traditionellen Strukturformen sozialer Beziehungen. Man könnte also von einer Menschwerdung des Menschen auf dem Markt sprechen.« (Bolz 2002: 59)

Bolz geht es darum, die These der Feindschaft aufzunehmen, sie zu wenden und in eine Theorie friedlicher Vergesellschaftung – auf dem Terrain und mit den Mitteln des Marktes – zu überführen. Das Kernargument findet er bei Weber, und Weber in einer verzweigten Theorietradition, die von Smith ausgeht und an der auch Marx Anteil hat:

7 Im Original fehlerhaft: Exchanging.

8 ...es fehlt nur die Freude und der Eierkuchen...

»Die Marktgemeinschaft als solche ist die unpersönlichste praktische Lebensbeziehung, in welche Menschen miteinander treten können. [...] Eine solche absolute Versachlichung widerstrebt [...] allen urwüchsigen Strukturformen menschlicher Beziehungen. [...] Der Markt ist in vollem Gegensatz zu allen anderen Vergemeinschaftungen, die immer persönliche Verbrüderung und meist Blutsverwandtschaften voraussetzen, jeder Verbrüderung in der Wurzel fremd.« (Weber [1922] 1976: 382f.)

Das Webersche Kernargument also hätte man durchaus auch skeptisch lesen können; Bolz aber geht unvermittelt in Jubel über:

»Das ist Klartext. Der Markt ist ursprünglich kein Schauplatz der Brüderlichkeit, sondern eine Vergesellschaftung mit Feinden.«

»Und eben das ist *Zivilisation* [Herv. H.W.]: Der Feind wird zum Konkurrenten, und die Brüderlichkeit löst sich in ›Kundschaftsverhältnisse‹ auf.« (Bolz 2002: 60 und 59)

Es sind vor allem zwei argumentative Pfeiler, auf die sich diese Umdeutung stützt. Da ist zunächst das Motiv der *Entlastung*.⁹ Während traditionale Gesellschaften Integration mit den Mitteln der Semantik gewährleisten müssen, und das heißt für die längste Zeit der Geschichte mit den Mitteln der Religion, stellt der Markt von Schuld auf Schulden (Bolz 2002: 72),¹⁰ und von Moral auf Zahlungskraft um. Eine Entlastung ist dies, weil ein komplexes System, das nahezu alle gesellschaftlichen Register umfasst, ersetzt wird durch ein kühl-funktionales, das zudem den Vorteil hat, strukturell relativ schlicht zu sein. Die Subjekte werden nicht mehr involviert, sie werden organisiert.

Und der zweite Pfeiler des Arguments ist eine bestimmte Sicht auf das *Geld*. »Geld«, sagt Bolz, »ist eine Macht ohne Eigenschaften.« (Bolz 2002: 74)

»Wo Geld die Welt regiert, herrschen eben nicht: fanatische Ideologie¹¹ und blutige Gewalt. Die monetarisierte Habsucht zähmt die anderen Leidenschaften. Auf die Liebe zum Geld ist Verlaß – hier entfaltet sich ein ruhiges Begeh-

9 ›Ersparnis‹ und ›Entlastung‹ sind häufig gebrauchte Begriffe in Bolz' Text (siehe etwa Bolz 2002: 76, 80, 85 usw.).

10 »It provides a technical normalization of ›guilt‹ or ›sin‹ by converting a religious psychology of ›retribution‹ or ›penance‹ into a commercialist psychology of ›ambition‹.« (Kenneth Burke zit.n. Bolz 2002: 73).

11 Bolz macht sein Buch auf mit einer Darstellung ›des Terrors‹ (Bolz 2002: 19ff.), wie sie perspektivischer, ethnozentrischer und ideologisch-identifizierter kaum gedacht werden kann. Der Terror selbst ist aus aktuellem Anlass selbstredend ein islamistisch-fundamentalistischer; strahlend, liberal und ›offen‹ hebt sich das westliche System hiervon ab...

ren nach Reichtum. Das autonome Kreisen des Geldes entlastet uns in verschiedenster Weise. Es funktioniert wie ein Medium. [...] Und nur weil unsere Wirtschaft von einer eigenschaftslosen Macht geprägt wird, kann sie sich als offenes System entwickeln.« (Bolz 2002: 74)

Wer das Geld eine Macht ohne Eigenschaften nennt, sollte genug davon haben; und muss zudem leugnen, dass fanatische Ideologie und blutige Gewalt auch die Geldverhältnisse zumindest auf ihrer Nachtseite empirisch begleiten.¹² Wie aber kann es zu solch einer, für sich genommen skandalösen, Aussage kommen? Ich denke, dass hier die *semantische* Eigenschaftslosigkeit des Geldes, eine Eigenschaft, die auch Hörisch hervorhebt (Hörisch 1996: 66, 200), gleichgesetzt wird mit der Behauptung seiner Neutralität als gesellschaftliches Organisationsmittel; einer Neutralität, die das Geld – als Kapital eigengesetzlich-strukturbildend, verschwistert mit der Not und asymmetrisch-repressiv – eben keineswegs hat. Naiv oder böswillig, in jedem Fall aber mit jenem zutiefst ideologischen Effekt, den die Rede von einem ›Ende der Ideologie‹ (und zugleich der Gewalt) häufig hat. Die Neutralität des Geldes ist keine. Und wer in unserer Wirtschaft ein ›offenes System‹ sieht, muss sie wahrscheinlich auch ›unsere‹ nennen.

4. Alternativdeutung

Welche Alternative aber, so wird man fragen müssen, gibt es zu dieser entschlossen neoliberalistischen Deutung? Es wäre dies, denke ich, eine Sicht, die zwar ebenfalls vom Tausch als Feindschaft ausgeht, dennoch aber nicht umstandslos beim Tausch als Befriedung ankommt.¹³ Und der

12 Auf Seiten der Ideologie denke man an den aggressiven Antikommunismus des ›Kalten Krieges‹, der den politischen Rahmen der neoliberalistischen Wirtschaftspolitik bildete, oder an den christlichen Fundamentalismus der gegenwärtigen Bush-Administration. Bei der blutigen Gewalt an die vielfältigen tatsächlich geführten Kriege, an die Investments in der Dritten Welt, die häufig von paramilitärischen Aktionen flankiert werden, oder an den Krieg gegen die Umwelt, wie ihn z.B. Shell in Nigeria führt.

13 Geht es Bolz um Befriedung? Auf der Oberfläche sicherlich nicht, würde er doch das Fortdauern einer gewissen Aggressivität etwa in der Konkurrenz zu den inneren Antrieben der gegenwärtigen Gesellschaft zählen; ›gezähmt‹ kommen ›die Leidenschaften‹ der Gesellschaft zugute, zuverlässig blockiert wäre allenfalls der Rückfall in offene Gewalt. Auf den zweiten Blick ist dies anders: Es erweist sich, dass der Tausch tatsächlich *an die Stelle der gesellschaftlichen Synthesis tritt*. Der Tausch kann nur dann traditionale Formen semantischer Konsensbildung substituieren, wenn er die volle Last dieser Synthesis übernimmt; zudem beinhaltet die Festschreibung auf den Warentausch eine gewisse Calmierung; die Wünsche müssen kanalisiert und gesellschaftlich durchgeformt werden, ehe sich die Subjekte andere als warenförmige Ziele nicht mehr vorstellen können. In gewisser Weise ist dies eine

entscheidende Hinweis wäre schon bei Malinowski gegeben: In der These nämlich, dass die Feindschaft nicht verschwindet, sich auflöst, sondern als ein konstitutiver und strukturierender Bestandteil in den Tausch selbst eingeht.

Vielleicht ist dies am deutlichsten, wo der Tausch die genuine Fremdheit der Tauschenden überwinden muss, um überhaupt stattzufinden – wo er sie gleichzeitig aber eben völlig unberührt als Fremdheit weiter bestehen lässt. Dass der Markt hier ein strukturelles Problem hat, zeigt sich etwa im hysterischen Bemühen der Werbung, gerade nicht feindselig, sondern gewinnend, erotisch und unwiderstehlich zu sein. Denn erinnern die diätierten, ästhetisierten und duftenden Trobrianderkörper nicht unmittelbar an die innere Logik der Werbefotografie? Die immanente Aggression des Tauschakts, der Antagonismus, erscheint hier weniger verkleistert/verdeckt als invertiert und ins Positive gewendet; nach der psychoanalytischen Regel, dass Affirmation Aggression anzeigen, dass ein Affekt also das Vorzeichen wechseln kann, ohne dass der Gehalt, die Konstellation, die den Affekt trägt, dadurch berührt werden muss.

Werbung *ist* aggressiv; sie ist aggressiv in der Überschreitung von Grenzen und der Überwindung von Widerstand; aggressiv, insofern sie eindringlich und eindringend ist und die Umworbene in den seltensten Fällen fragt; die Aggression selbst wird ästhetisiert und zum Bestandteil der Botschaft.¹⁴

Und von dort aus allgemeiner: Im Licht des Kula-Systems erscheint die gegenwärtige Wirtschaft als nur scheinhaft abgekühlt und befriedet. Kann es verwundern, dass sich in der Sprache des Managements Kriegsmetaphern häufen? Man fragt, wie man ›international aufgestellt‹ ist, spricht von strategischem Management, von strategischen Allianzen und von Marktpenetration. Die Alternativdeutung, die ich vorschlagen will, also ist, dass Fremdheit, Angst und Aggression quasi *eingebacken* sind in die Grundlogik der kapitalistischen Wirtschaft, insofern diese eine strikt instrumentalistische und damit äußerst reduzierte ist. Fremdheit, Angst und Aggression, die dem Tausch eingeschrieben sind, sind Struktur geworden; nach dem Muster der strukturellen Gewalt, die die manifeste von Körperstrafen, Folter und Drill historisch erübrigt oder besser: abgelöst hat. Die Alternativdeutung also wäre die einer ›strukturellen Gewalt‹ auch im Tausch.¹⁵

Brave-New-World-Perspektive; die Subjekte zombi-artig festgelegt auf die Affirmation und entsprechend guter Stimmung; der Theoretiker illusionslos-kalten Blicks, gleichfalls affirmativ und ebenso rätselhaft guter Laune.

14 Beispiel sei noch einmal der Mediamarkt-Slogan »Kaufen - Marsch, Marsch«.

15 Was ist ›strukturelle Gewalt‹? Sehr verkürzt will der Begriff fassen, dass moderne Gesellschaften Mechanismen der Selbststabilisierung ausbilden, die auf

5. Symbolische Systeme/Medien

Ich komme nun auf die ursprüngliche Frage zurück, was dies für die Sphäre des Symbolischen und der *Medien* bedeutet. Und da mir eine konzise Antwort mehr als schwierig erscheint, möchte ich vier Richtungen zeigen, in die möglicherweise weiter zu denken wäre. Wenn die dargelegte Deutung plausibel ist, dass die Wirtschaft ein besonderes Modell der Netzkonstitution ist und der einzelne Tauschakt das Atom, aus dem das Netzwerk sich aufbaut, und weiter, dass der Tauschakt ein System von Antagonismen organisiert, so wirft dies ein eigentümliches Licht auch auf die ›Kommunikation‹; wenn dem Tausch ein Moment struktureller Gewalt innewohnt, wäre immerhin denkbar, dass dies im Fall der Kommunikation nicht grundsätzlich anders ist.

Meine Überlegung nähert sich hier Modellen an, die im Anschluss an die poststrukturalistischen Philosophien das traditionelle, naiv-freundliche Kommunikationskonzept angegriffen und zumindest auf dem Level der Theorie einigermaßen in die Schwebel gebracht haben; hier wäre der bereits zitierte Chang zu nennen, der der »Communication before Deconstruction« ihre impliziten Grundannahmen vorrechnet, um dann zu einer »(Im)Possibility of Communication«¹⁶ zu kommen. Ähnlich João Natali, der den Skandal des Missverstehens in den Mittelpunkt stellt (Natali 1986), die idealistische Abstraktion des Sender-Empfänger-Modells demontiert und darauf besteht, von gesellschaftlich different situierten, in Machtkomplexe eingebundenen und begehrenden Subjekten auszugehen, die dadurch zumindest im traditionellen Sinne keine mehr sind (Natali 1986: 27). Kommunikation kann in dieser Perspektive nicht mehr schlicht eine Sphäre des Ausgleichs sein.

Hintergrund – selbstverständlich – ist die Neubewertung der *Differenz*, die so differente Denker wie Derrida und Lyotard durchgesetzt haben. Diese Neubewertung, inzwischen eine Art Theorie-Klischee, war tatsächlich radikal: Es erwies sich als äußerst schwierig, eine Differenz

die Ausübung offener Gewalt und Repression weitgehend verzichten. Im Wesentlichen sind es zwei Dinge, die an die Stelle der Repression treten: die Subjekte bilden Mechanismen der ›Selbstbeherrschung‹ aus; d.h. die Interventionen der Macht werden introjiziert und in den Raum des Individuell-Psychischen verlagert. Zum zweiten bilden sich *Institutionen*, die den Stempel der Macht nicht mehr auf der Oberfläche tragen: Hier wären etwa die Massenmedien zu nennen, die gesellschaftliche Integration gerade nicht über Imperative, Druck und Verzicht, sondern über ›Unterhaltung‹, Genuss, letztlich also Massenzustimmung bewirken. These ist, dass die Gewalt von der Oberfläche verschwindet und in die Tiefenstruktur der Gesellschaft wie der Subjekte übergeht. Auf dieser sehr grob skizzierten Linie würden sehr unterschiedliche Theorieprojekte sich treffen: Foucaults Untersuchung der ›Disziplinen‹, Norbert Elias' ›Zivilisationstheorie‹ und Horkheimer/Adornos These zur Kulturindustrie.

16 Kapitelüberschriften in Chang (1996: 33 und 171).

zu denken, die nicht von vornherein auf Schlichtung abzielt; eine Bewegung, die nicht zur Ruhe kommt, und entsprechend eine Kommunikation, die nicht im Konsens, wie kontrafaktisch auch immer, ihr Regulativ und ihr Telos hat.

Lyotard etwa will im ›Widerstreit‹ einer Gegenwart gerecht werden, die in einem Nebeneinander äußerst heterogener Diskursgenres, Wissensarten und Lebensformen sich entfaltet.

»Im Unterschied zu einem Rechtsstreit [litige] wäre ein Widerstreit [différend] ein Konfliktfall zwischen (wenigstens) zwei Parteien, der nicht angemessen entschieden werden kann, da eine auf beide Argumentationen anwendbare Urteilsregel fehlt.« (Lyotard [1983] 1987: 9)

Die Anerkennung des Widerstreits hat ihr deskriptives Moment darin, dass in einer komplexen, funktional differenzierten Gesellschaft gesellschaftliche Synthesis über Konsens – etwa im Feld der Semantik – offensichtlich nicht mehr hergestellt werden kann. Die Erfahrung der Totalitarismen der 30er Jahre mündet in den Verdacht, dass der Konsens mehr oder minder gewaltförmige Züge annimmt, und, pointiert gesagt, den Terror strukturell in sich trägt. Der Widerstreit, entsprechend, enthält den Appell, die prinzipielle Offenheit und Unentscheidbarkeit zu akzeptieren. Im Widerstreit macht Lyotard einen Antagonismus auf, der – lokalisiert im Feld des Symbolischen – vielleicht noch *tiefgreifender* ist als derjenige, der im Tausch seine Form findet.¹⁷

Mein zweiter Ansatz wäre, den ›Widerstreit‹ zu ermäßigen, und Substitute des Antagonismus⁷ und der Aggression zunächst in Alltagsformen der Kommunikation aufzufinden. Dass man die Werbung als eine invertierte Aggression betrachten kann, wurde gesagt; und allgemeiner wäre vielleicht eine Kommunikationstheorie denkbar, die den Disput, den Widerstreit der Meinungen, ebenso ernst nimmt wie die Tatsache, dass Kommunikation, will sie Kommunikation bleiben, auf gewaltsame Mittel verzichtet. Der Appell, der die Kommunikation überhaupt erst zu Stande

17 Bolz schließt hier in gewisser Weise an. Nur weil er die Sphäre des Symbolischen als rettungslos zerfallen betrachtet, und den Streit der Weltansichten/Ideologien unter die schlichte Überschrift ›Terror‹ fasst, kann er die Vergesellschaftung über das Geld als eine friedliche und erfolgreiche Variante gesellschaftlicher Synthesis feiern.

Der Preis wäre, dass diese Vergesellschaftung sich ›blind‹, also im Rücken der beteiligten Subjekte vollzieht. Dies sieht Bolz genau: »Preise [haben] die Funktion, Anzeichen von Veränderungen zu sein, die der einzelne zwar nicht kennen kann, an die er aber seine Pläne anpassen muß. [...] Die Beobachtung der Preise ermöglicht einen Blindflug durchs Chaos der Wirtschaft. [...] Prinzipiell produzieren Zahlungen und Preise enorme Informations- und Kontextverluste - es ist egal, wer warum zahlt.« (Bolz 2002 83f.); Entlastung durch Informationsverlust.

kommen lässt, wäre ebenso einzubeziehen wie die Wirkungsabsicht, die Bindung an Interessen und die Dimension des Performativen.

Rede und Widerrede sind sicher basal zumindest für die mündliche Kommunikation; und möglicherweise eben keineswegs an das Telos der Konsensbildung gebunden. Und der Disput, dies hat Hegel gezeigt, verlängert sich hinein in den Binnenraum z.B. schriftlicher Texte, wo Rede und Gegenrede in der *Dialektik* und im Voranschreiten von These und Antithese ihre Form finden.

Hegel allein auf die Synthesis zu verkürzen, ist sicher eine Missdeutung; weit mehr als eine Stillstellung will die Dialektik eine *Bewegung* beschreiben; und ein Vorandrängen, das den inneren Widerspruch der Dinge nutzt, um zu *Unvermutetem*, Neuem, notwendig Ausgangspunkt neuerlicher Widersprüche, zu kommen.

Mein dritter Deutungsvorschlag betrifft die Massenmedien. Für die Massenmedien, deren überwiegender Anteil monologisch verfährt, fällt der Disput zunächst aus. Dennoch scheint es auch hier Substitute zu geben, die die systematische Stelle zwischen Feindschaft und Synthesis einnehmen. Die Problematik verschiebt sich hier auf die *Annahme der Botschaft*.

Wenn auf der Seite des Angebots kein Mangel mehr herrscht, sondern ganz im Gegenteil die technische Reproduktion in *information overflow*, eine Überproduktionskrise, mündet, dann wird die Sendung selbst Aggression. Annahme oder Nicht-Annahme entsprechend ist nicht primär Selektion, sondern *Abwehr*; und die entscheidende Sollbruchstelle, an der die Kommunikation zu scheitern droht, verlagert sich auf die Seite des Rezipienten.

Es ist völlig klar: Wenn wir den eindringlichen Appellen der Werbung in jedem Fall folgen würden, wären wir binnen kurzem finanziell ruiniert. Und die Abwehr betrifft bereits die Annahme der Kommunikation selbst;¹⁸ Widerstand zumindest in der Form von Indolenz, Nicht-Affizierbarkeit scheint nötig, um den Hagel der Appelle und Botschaften zumindest einigermaßen unbeschadet zu überstehen.

Mein vierter Vorschlag wäre eine Neubewertung der Nicht-Kommunikation. Wenn Kommunikation eben nicht ausschließlich Ausgleich ist, dann verliert die Verweigerung von Kommunikation ihren kurios-robin-

18 Luhmann beharrt darauf, zwischen dem Gelingen der Kommunikation (Erreichbarkeit/Kenntnisnahme/Verstehen) und der Annahme bzw. Ablehnung der Botschaft sauber zu trennen, und sicher ist diese Unterscheidung sinnvoll; dennoch wird sie z.B. im Fall der Werbung irritiert durch die Tatsache, dass wir es nicht nur in den meisten Fällen ablehnen, dem Appell tatsächlich Folge zu leisten, sondern uns im Vorfeld dessen bemühen, bereits den Appell selbst so wenig wie möglich zur Kenntnis zu nehmen. Zumutung ist hier bereits die Kommunikation selbst (siehe Luhmann 1993: 193ff., 203ff. und 218ff. sowie Luhmann 1996: 13ff.).

sonesken Charakter. Nicht erreichbar zu sein, kein *cell phone* zu haben, ist inzwischen ein Privileg; auch dies deutet auf den implizit aggressiven, übergriffigen Charakter hin, den Kommunikationen und Kommunikationsnetze annehmen können. Wenn der Tausch nicht die Macht hat, das Fremde einfach zu assimilieren, wenn Fremdheit, Angst und Aggression vielmehr eingehen in die Struktur, dann wäre neu nachzudenken über die Funktion von Grenzen, die uns vor Kommunikation und gegen Kommunikation schützen.

Mit der Struktur gewordenen Fremdheit zu hadern, heißt keineswegs, ein Hohelied auf Nähe und Vertrautheit zu singen, oder gar jene ›Nähe zu sich selbst‹, die wie Derrida gezeigt hat, selbst ein Medieneffekt ist. Aufzuzeigen wäre vielmehr, dass die ›Vergesellschaftung mit Feinden‹ ein historisch sehr spezifischer Typus von Vergesellschaftung ist, der die Subjekte keineswegs nur ›entlastet‹. Der *furor communicationis*, der über uns hereingebrochen ist, parallel zur ›entlastenden‹ Geldökonomie, deutet in eine andere Richtung.

6. Schluss/Netze

Und schließlich: Gibt es Folgerungen auch für eine grundsätzliche Logik der Netze? Es dürfte, denke ich, deutlich geworden sein, dass weder ein Blick auf die *technische Infrastruktur* die Frage ausschöpfen kann, noch der Blick auf die *Akte der Übertragung*, in denen die Vernetzung jeweils aktuell sich vollzieht.

Tausch und ›Kommunikation‹ wären so adäquat nicht zu beschreiben. Was ich hervorheben will ist, dass sowohl der Tausch, als auch möglicherweise die Kommunikation neben der Synthesis, die das Netz impliziert, immer auch eine Dimension des *Widerspruchs* in sich birgt; als ein Vorwärtsdrängen, ein Antrieb, ein *Movens* einerseits, und andererseits eingebakken in die Struktur, ›geliert‹ und implementiert in der Struktur selbst. Widerspruch/Fremdheit/Feindschaft und Syntheseleistung wären systematisch zusammen zu denken.

Ohne das Konzept einer strukturellen Gewalt, einer Gewalt, die Struktur geworden ist – die in die Struktur eingeht und der Struktur selbst ihre Form gibt –, müsste die gegenwärtige Gesellschaft als von der Gewalt befreit, als in der Substanz befriedet erscheinen. Foucault, Adorno und andere haben einigen Aufwand darauf verwendet, diesen freundlichen Schein zu zerstreuen. In der Gegenwart ist die Illusion auf die ›Netze‹ übergegangen. Die Netze und die Kommunikation sonnen sich im Licht einer fast uneingeschränkt hoffnungsvollen Bewertung. Der

Blick auf die im Tausch stillgestellte Aggression scheint mir hier ein notwendiges Korrektiv.

Literatur

- Bolz, Norbert (2002): Das konsumistische Manifest, München: Fink.
- Chang, Brian G. (1996): Deconstructing Communication. Representation, Subject, and Economies of Exchange, Minneapolis u.a.: Univ. of Minnesota Press.
- Hörisch, Jochen (1996): Kopf oder Zahl. Die Poesie des Geldes, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1975): »Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien«. In: Oskar Schatz (Hg.), Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien? Graz u.a.: Styria, S. 13–30.
- Luhmann, Niklas (1993): Soziale Systeme, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lyotard, Jean-François ([1983] 1987): Der Widerstreit, München: Fink.
- Malinowski, Bronislaw ([1922] 1979): Argonauten des westlichen Pazifik, Frankfurt/M.: Syndicat.
- Natali, João (1986): »Communication: A Semiotic of Misunderstanding«. The Journal of Communication Inquiry 10, 3, S. 22–31.
- Weber, Max ([1922] 1976): Wirtschaft und Gesellschaft (5. revidierte Auflage, 1. Halbband). Tübingen: Mohr.

RALF ADELMANN, JAN-OTMAR HESSE, JUDITH KEILBACH
MARKUS STAUFF, MATTHIAS THIELE (HG.)
Ökonomien des Medialen.
Tausch, Wert und Zirkulation in den
Medien- und Kulturwissenschaften

[transcript]

*Die Drucklegung erfolgte mit freundlicher Unterstützung der
Universität Paderborn.*

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2006 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des
Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für
die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung und Innenlayout:
Kordula Röckenhaus, Bielefeld
Lektorat und Satz: Markus Stauff
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
ISBN 3-89942-499-9

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei
gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet:
<http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis
und andere Broschüren an unter:
info@transcript-verlag.de

INHALT

**Ökonomien des Medialen oder:
Kunden, die dieses Buch gekauft haben,
haben auch folgende Einleitung gelesen**

RALF ADELMANN, JAN-OTMAR HESSE, JUDITH KEILBACH,
MARKUS STAUFF, MATTHIAS THIELE

9

MODELLE UND IHRE GRENZEN

Die Medienwirtschaft in der Neuheitsspirale

MICHAEL HUTTER

27

**Netzbildung durch antagonistisches Handeln.
Bietet die Ökonomie ein Modell
für ein Verständnis der Medien?**

HARTMUT WINKLER

47

Replacement.

Wie ökonomische Theorie Medienwelten ›verortet‹

ANDREA GRISOLD

63

Das politische Tier und seine Medien

LEANDER SCHOLZ

85

HISTORISCHE TRANSFORMATIONEN

**Information und Wissen in der ökonomischen Theorie.
Überlegungen zum Zusammenhang von Mediengeschichte
und Geschichte der Wirtschaftswissenschaft**

JAN-OTMAR HESSE

103

**Schutz oder Monopolisierung von Ideen?
Die Anfänge der deutschen Diskussion
um das »geistige Eigentum«**

MARGRIT SECKELMANN

127

**Notieren, Aufzeichnen, Vervielfältigen.
Medientechnische Umbrüche von Musik im Urheberrecht**

MONIKA DOMMANN

149

**The Product that Never Dies.
Die Entfristung der kommerziellen Lebensdauer des Films**

VINZENZ HEDIGER

167

MEDIALE REFLEXIONEN DES ÖKONOMISCHEN

**Quiz Show.
Wissen, Geld, Zeit und die Ökonomie der Wette**

LORENZ ENGELL

185

**Kreisen, Fühlen, Unterbrechen.
Eine Anti/Zirkulations-Kampagne**

ULRIKE BERGERMANN

207

**Medien und Krise.
Oder: Kommt die Denormalisierung nicht »auf Sendung«?**

JÜRGEN LINK

229

PRODUKTION VON REZEPTION

**»Monster returns in shocker that will attract
where audiences like thrills and chills.«**

Produkt und Publikum in der Genreproduktion Hollywoods

PATRICK VONDERAU

247

›The Best of Both Worlds‹.

**Film und Tourismus als Industrien des Begehrens
am Beispiel von Indien und Deutschland**

ALEXANDRA SCHNEIDER

265

Schwarm oder Masse?

Selbststrukturierung der Medienrezeption

RALF ADELMANN

283

Zahl und Sinn.

Zur Effektivität und Affektivität der Fernsehquoten

MATTHIAS THIELE

305