

Hickethier, Knut: Hartmut Winkler: Diskursökonomie.
In: Medien & Kommunikationswissenschaft,
52. Jahrgang 2004, Nr. 4, S. 647-649.

Hartmut Winkler
Diskursökonomie

Versuch über die innere Ökonomie der Medien

Frankfurt/M.: Suhrkamp, 2004. – 258 S.
ISBN 3-518-29283-8

Hinter dem Titel verbirgt sich eine kulturwissenschaftliche Theorie der Medien, die die Ökonomie zum Prinzip der Medien erklärt und dabei – jenseits aller betriebs- und volkswirtschaftlichen Ansätze – vom Begriff der Zirkulation ausgeht und diesen durch alle der Medienebenen bis in die einzelnen Zeichen und ihre Bedeutungskonstitution hinein zum Strukturmerkmal erklärt. Damit folgt Winkler einerseits dem Trend, alle gesellschaftlichen Bereiche – und damit auch die Medien – ökonomisch zu erklären und betreibt damit, wenn gleich auf hohem theoretischen Niveau, die Ökonomisierung der Medien mit. Andererseits unterläuft er diesen Trend auch, indem er den Begriff der Ökonomie allgemeiner im Sinne einer politischen Ökonomie fasst, ihn als Tausch, als Zirkulation definiert und diesen gleichzeitig anthropologisiert, so dass er zum kulturellen Prinzip und damit jeglicher Verwendung im Sinne eines kurzfristigen Media Business Management entzogen wird.

Ausgangspunkt ist Walter Benjamins Begriff der technischen Reproduktion, an dem ihn vor allem der Aspekt der Vervielfältigung fasziniert und der zu weiteren Überlegungen über Werkzeug, Wiederholung und Zeichen führt. Die Massenhaftigkeit der Kommunikationsakte ist implizit das leitende Kriterium. Am Tauschbegriff arbeitet er vor allem heraus, dass es das Prinzip sei, Ungleiches (Medieninhalte gegen Geld) zu tauschen. Damit setzt er sich von medientheoretischen Ansätzen ab, die Tausch als Kommunikation im Sinne eines Dialogs (sprachliche Äußerungen) verstehen.

Der zentrale Begriff ist der der Zirkulation. Winkler erinnert nicht zufällig an Marxsche Theoreme und sein Durchgang durch die Arbeiten von Innis, Mattelart bis zu Rossi-Landi zielt darauf, nicht einfach nur eine Ökonomie der Medien zu beschreiben, in der die Medien-

produkte in einem Austauschprozess mit Geld geraten und die Geldökonomie im Medienwarenverkehr auch die Struktur der Medienprodukte determiniert, sondern wie das Prinzip der Zirkulation auch die Zeichenprozesse selbst prägt. Hierzu greift er einige Positionen der Metapherntheorie auf und setzt die Metapher selbst als Normal- und nicht als Sonderfall der Semantik. Unabhängig davon, ob diese Position linguistisch tragfähig ist (denn letztlich wird hier versucht, auch die Semiotik neu zu begründen), ist für Winkler entscheidend, den Zirkulationsbegriff nicht nur für die Makroebene, sondern auch für die Mikroebene der Medien zu verwenden und damit eine theoretische Basis für eine „innere Ökonomie der Medien“ und damit letztlich für eine Theorie der Medien zu schaffen.

Hier zeigt sich jedoch eine Diskrepanz auf, die dadurch entsteht, dass Winkler einerseits den Zirkulationsbegriff als ein Bauprinzip für die Medientheorie verwendet, wobei sich „Zirkulation“ oft dann doch nur als „Tausch“ oder als dialektisches Wechselspiel, aber nicht als ein Zirkulieren (bei Marx war es das Kapital) durch die verschiedenen Sphären von Produktion, Distribution und Rezeption, andererseits aber doch auch die Dimension der Medienwirtschaft in den Blick nehmen möchte. Zudem ist sein Theorieprogramm anspruchsvoll: Er möchte letztlich auch einige Gegensätze zwischen den theoretischen Schulen auf einer methodisch anderen, höheren Ebene aufheben. Um dies zu ermöglichen, bringt er die Medien von ihren Endpunkten her – einerseits den Zeichenprozessen und andererseits den gesellschaftlichen Funktionsdeutungen – in einen strukturell aufeinander bezogenen Gesamtzusammenhang. Dabei wird Vieles (Gattungen, Genres, Medienspezifika etc.) zwischen diesen Eckpunkten nicht oder nur sehr randständig behandelt. Hinter einem solchen Vorgehen steht die Auffassung des Autors, dass die Medienwissenschaft Modelle entwickeln müsse, „die das an den Medien Offensichtliche hinter-schreiten“ (S. 130) müsse, um das zu erfassen, was für alle Medien kennzeichnend sei. Dieses Hinterschreiten des Offensichtlichen ist jedoch nicht ein Rekurs auf irgendeine neu ausgerufenen *grounded theory*, sondern besteht darin, dass in einem Durchgang durch zentrale Begriffe verschiedene Bausteine für eine diskursökonomische Medientheorie entwickelt werden.

Hier kann nicht auf alle Einzeltheoreme ein-

gegangen werden. Als zentral stellt der Autor seinen Ansatz, den Apriori-Gegensatz zwischen technik- und humanzentrierten Positionen zu überwinden, heraus. Er postuliert eine Kette von „Niederlegungen“ der Kommunikationsakte in Speichern (Medienprodukten) und stellt diese den Kommunikationsakten (als kommunikativen Handlungen) entgegen. Mit diesem Modell kann er in der Tat einen neuen Blick auf mediale Zusammenhänge werfen, auch wenn der Bezug zum zentralen Zirkulationsansatz nur vermittelt zu erkennen ist.

Das zunächst ausgeklammerte „Zwischenfeld“ der Medien (Genres, Medienspezifika) holt Winkler dann über den Formbegriff herein, den er weniger als Regelmäßigkeit (und damit über die Regel bestimmbar), sondern als Struktur versteht, die er dann mit Sohn-Rethel auf den ökonomischen Prozess beziehen kann. Dabei bleibt der hier entwickelte Formbegriff sehr allgemein. Es wäre für die Anschaulichkeit seiner Argumentation hilfreich gewesen, sie wenigstens an einigen Beispielen auf die gängigen Formkategorien der Medienwissenschaft „herunterzubrechen“.

Die Auseinandersetzung mit der Form ist für Winkler der Ausgangspunkt, um den Blick wieder zu weiten bis hin zum Aspekt der Funktion der gesellschaftlichen Selbststabilisierung. Ob dabei der Weg über den Programmbegriff des Computers (und nicht etwa den der Rundfunkmedien) und der Rekursion gegangen werden muss, ist sicherlich diskutierbar, entscheidend ist, dass er das Normalisierungs-Konzept Jürgen Links für sich nutzbar zu machen versteht und ihn im Sinne einer Thematisierung des Mainstreams in Beziehung zur Zirkulation setzen kann. Hier bieten sich auch Ansatzpunkte, das Modell weiter auszuformulieren. Medien als Normalisierungsinstanzen sind Orte, die Ansichten dessen, was „normal“ ist, durchsetzen, indem sie – paradoxerweise – Raum schaffen für Probandlungen und sich gerade dadurch von allem Nichtmedialen, das Winkler die „3-d-solide Realität“ nennt, abzugrenzen. Gerade zum Nicht-Medialen, auf das Winkler nachdrücklich insistiert und das er gegen die Theoreme der „Mediengesellschaft“ und der „Informationsgesellschaft“ setzt, stellt er mehrfach die Notwendigkeit der Abgrenzung heraus und grenzt auf diese Weise den Bereich der Medien deutlich ein. Nicht alles wird ihm zum Medium und nicht alles wissen wir dementsprechend durch sie. Darin liegt schon

eine wichtige neue theoretische Positionsbeschreibung.

Was bleibt über die ausgesprochen anregende und inspirierende Lektüre medientheoretischer Argumentationen hinaus? Hartmut Winklers Buch bietet einen, in den einzelnen Kapiteln nach Grundbegriffen sortierten Durchgang durch zentrale Positionen der Medienwissenschaft, die er durch kluge Umschreibungen und teilweise raffinierte Neufassungen in ein zirkulationsorientiertes Konzept einpasst und damit den Versuch einer in sich geschlossenen Medientheorie liefert. Zwar versteht er seinen diskursökonomischen Ansatz als ein „erst in groben Zügen“ umrissenes „Forschungsfeld“ (S. 250), doch ist das theoretische Reflexionsniveau bereits derart hoch, dass sich eine Evidenz des Ansatzes nicht unmittelbar einstellt und die Weiterarbeit wohl von ihm selbst zu leisten sein wird.

Winkler sieht selbst, dass sein Ansatz „komplex und kontraintuitiv“ (S. 251) ist. Doch müsste nicht gerade ein theoretischer Entwurf, der die Medienwissenschaft zu einer neuen Ordnung ihres Wissenschaftsgebäudes herausfordern will, nicht von sehr viel deutlicher, ja penetranter herausgestellten zentralen Dispositionen ausgehen, müsste er nicht radikaler vereinfachte Grundmodelle anbieten, um sich auch innerhalb der Medienwissenschaft durchzusetzen?

Winklers Buch wird in den medienwissenschaftlichen Diskussionen zahlreicher einzelner Theoreme Eingang finden, weil es hier vielfach kluge und teilweise überraschende Lösungsvorschläge anbietet. Aber um es als Basismodell für Medientheorie zu verwenden, fehlt ihm noch die Einfachheit des Modellhaften. Darin ist weiter zu arbeiten.

Knut Hackethler

zu
üt
Be
de
w
p
d
li
ir
a
P
d
L
a
r
s
c
l

AUFSÄTZE

Werner Früh / Carsten Wunsch / Pascal Klopp	TDU-Unterhaltungsindex. Ein Instrument zur empirischen Ermittlung von Unterhaltungserleben ..	515
Jörg Matthes	Die Schema-Theorie in der Medienwirkungsforschung: Ein unscharfer Blick in die „Black Box“? ..	545
Michael Niehaus	Was ist Prominenz im Fernsehen?	569

BERICHTE

Henk Erik Meier	Kommerzialisierung und Marktkonstitution. Zur politischen Konstruktion des Sportrechtmarktes ..	583
Thomas Schuster	Nachrichten und Börsenkurse. Preiseffekte ökonomischer und nicht-ökonomischer Veröffentlichungen in den Nachrichtenmedien	613

LITERATUR

Besprechungen

Klaus Beck	Nikolaus Schmitt-Walter: Online-Medien als funktionale Alternative? Über die Konkurrenz zwischen der Mediengattungen. München, 2004	637
Stefan Dahlem	Christina Holtz-Bacha (Hrsg.): Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002. Opladen, 2003	639
Rüdiger Funiok	Gregor M. Jansen: Mensch und Medien. Entwurf einer Ethik der Medienrezeption. Frankfurt a. M., 2003	640
Alexander Görke	Daniel Delhaes: Politik und Medien. Zur Interaktionsdynamik zweier sozialer Systeme. Wiesbaden, 2002	642
Udo Göttlich	Matthias Karmasin / Carsten Winter (Hrsg.): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme, Perspektiven. Wiesbaden, 2003	644
Ulrike Gröttrup	Irene Neverla / Elke Grittmann / Monika Pater (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz, 2002	646
Knut Hieckethier	Hartmut Winkler: Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien. Frankfurt/M., 2004	647
Claudia Lampert	Karsten Fritz / Stephan Stöng / Ralf Vollbrecht (Hrsg.): Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen, 2003	649
Margreth Lünenborg	Jörg-Uwe Nieland / Klaus Kamps (Hrsg.): Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln, 2003 ..	651

Eggo Müller	Nathalie Ivanyi / Jo Reichertz: Liebe (wie) im Fernsehen. Eine wissenssoziologische Analyse. Opladen, 2002	653
Christoph Neuberger	Michael Brüggemann: The Missing Link: Crossmediale Vernetzung von Print und Online. Fallstudien führender Print-Medien in Deutschland und den USA. München, 2002	654
Michael Schenk	Herbert Willems (Hrsg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte, Produktionen und Rezeptionen, Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden, 2002	656
Helmut Scherer	Daniel Egloff: Digitale Demokratie: Mythos oder Realität? Auf den Spuren der demokratischen Aspekte des Internets und der Computerkultur. Wiesbaden, 2002	659
Margarete Schuler-Harms	Michaela S. Tschon: Cross Ownership und publizistische Gewaltenteilung. Rechtstatsächliche Grundlagen und rechtliche Zulässigkeit der marktübergreifenden Eigentumskonzentration in den Medien. Zugleich ein Beitrag zur Dogmatik der Cross Ownership-Beschränkung unter besonderer Berücksichtigung des § 26 Abs. 2 Satz 2 RStV. Berlin, 2002	661
Wolfgang Schweiger	Jo Groebel / Gernot Gehrke (Hrsg.): Internet 2002: Deutschland und die digitale Welt. Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Opladen, 2003	663
Joachim Trebbe	Heinz Bonfadelli: Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz, 2002 ..	665
Rainer Winter	Ralph Weiß / Jo Groebel (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen, 2002 ...	666
<i>Zeitschriftenlese</i>	637
<i>Literaturverzeichnis</i>	669
CHRONIK		
Christiane Matzen	Chronik der Medienentwicklung in Deutschland 2003	694
English abstracts	721
Autorinnen und Autoren dieses Heftes	724
Hinweise für Autorinnen und Autoren	726
Jahresinhaltsverzeichnis 52. Jahrgang 2004	728

Medien & Kommunikations- wissenschaft

Werner Früh / Carsten Wunsch / Pascal Klopp

TDU-Unterhaltungsindex.

Ein Instrument zur empirischen Ermittlung von Unterhaltungserleben

Jörg Matthes

Die Schema-Theorie in der Medienwirkungsforschung:

Ein unscharfer Blick in die „Black Box“?

Michael Niehaus

Was ist Prominenz im Fernsehen?

Henk Erik Meier

Kommerzialisierung und Marktkonstitution.

Zur politischen Konstruktion des Sportrechtmarktes

Thomas Schuster

Nachrichten und Börsenkurse.

Preiseffekte ökonomischer und nicht-ökonomischer

Veröffentlichungen in den Nachrichtenmedien

Christiane Matzen

Chronik der Medienentwicklung in Deutschland 2003

