

## Besprechungen

Manuel Castells

**Das Informationszeitalter: Wirtschaft – Gesellschaft – Kultur**

*Band 1: Die Netzwerkgesellschaft*

Leske + Budrich, 2001. – 600 S.

ISBN 3-8100-3223-9

*Band 2: Die Macht der Identität*

Leske + Budrich, 2002. – 449 S.

ISBN 3-8100-3224-7

Manuel Castells

**The Internet Galaxy**

Reflections on the Internet, Business, and Society

Oxford: Oxford University Press, 2001 – 292 S.

ISBN 0-199241538

Als Manuel Castells dreibändiges Werk „The Information Age: Economy, Society and Culture“ original auf Englisch erschien, verglich Anthony Giddens in einer Rezension des ersten Bandes „The Rise of the Network Society“ dieses nahezu 1500-seitige Publikationsprojekt mit Max Webers „Wirtschaft und Gesellschaft“ (vgl. Giddens 1996). „The Information Age“ geht auf 15 Jahre Forschungsarbeit zurück, die der gebürtige Spanier Manuel Castells vor allem als Professor für Soziologie und Stadt- und Regionalplanung an der University of California, Berkeley (USA), geleistet hat. Während im Englischen gerade Castells jüngste Publikation „The Internet Galaxy“ erschienen ist, die sich ausgehend von dessen dreibändigem Werk mit der Internet-Kommunikation auseinandersetzt, erscheinen in deutscher Übersetzung bei Leske + Budrich die drei Bände des Hauptwerks. Band I „Die Netzwerkgesellschaft“ wurde 2001 veröffentlicht, 2002 folgten Band II „Die Macht der Identität“ und Band III „Jahrtausendwende“ (ca. 500 S., ISBN 3-8100-3225-5). Damit leistet der Verlag einen erstaunlichen und deutlich positiv zu wertenden Übersetzungsaufwand und scheut keine Investitionen in ein für die aktuelle Diskussion um die Globalisierung und Informationsgesellschaft so zentrales Werk. Der Übersetzung des ersten Bandes liegt nicht die Originalpublikation von 1996, sondern eine Überarbeitung von 1999 zugrunde. Neben der gelungenen Übersetzung

von Reinhart Kößler floss umfassender Einsatz des Verlags in die aufwändige Gestaltung und den Satz der zahlreichen Tabellen, Abbildungen und Grafiken ein.

Die Einschätzung von Anthony Giddens ist möglicherweise – außer durch die Monumentalität – durch den englischen Untertitel „Economy, Society and Culture“ der Trilogie von Castells angeregt. Hier klingt der Titel des Klassikers von Max Weber an. Das daneben aber hinzu gekommene Wort „culture“ verweist deutlich darauf, dass in der Argumentation von Castells neben Fragen der Wirtschaft und Gesellschaft Fragen der Kultur an Zentralität gewonnen haben: Ohne eine differenzierte Auseinandersetzung mit kulturellen Phänomenen erscheint eine Beschäftigung mit dem Informationszeitalter und der Globalisierung nicht möglich. Insgesamt sind die nun deutschsprachig vorliegenden Bände der Trilogie wie bereits die englischen Originale als eine bemerkenswerte wissenschaftliche Leistung einzuordnen. Sie sind nicht nur außerordentlich informativ und anregend, sondern auch verständlich geschrieben und bis auf wenige Stellen gut übersetzt. Besonders bemerkenswert an den Bänden ist, dass sich die differenzierten Analysen verschiedener Prozesse in einen einheitlichen theoretischen Rahmen fügen – nämlich Castells Theoretisierung der Netzwerkgesellschaft.

Deren Aufstieg wird in dem ersten Band beschrieben. Nach zwei Vorbemerkungen und einem Prolog, in dem Castells seinen Ansatz in aktuellen wissenschaftlichen Diskursen verortet, fasst er im ersten Kapitel die informationstechnologische Revolution als einen zentralen Prozess für das Aufkommen der Netzwerkgesellschaft. Detailliert wird hier der „gesellschaftliche Zusammenhang und die Dynamik des technologischen Wandels“ (64) nachgezeichnet und die komplexe Dialektik „der Entwicklung neuer Informationstechnologien und des Versuchs der alten Gesellschaft, sich mit neuen Werkzeugen auszurüsten“ (66), gefasst. Das Postulat der Analysen von Castells ist aber darin zu sehen, dass mit den neuen Technologien eine „Netzwerklogik“ (76) besteht, die das Aufkommen einer Netzwerkgesellschaft möglich macht.

Diesen Aufstieg der Netzwerkgesellschaft macht er an unterschiedlichen Punkten fest. Der erste Punkt, an dem er einsetzt, sind die neue Wirtschaftsformen in Zeiten von „Infor-

mationalismus“, Globalisierung und Konnektivität (Kap. 2). U.a. konstatiert er hier, dass sich mit der Globalisierung eine globale Wirtschaft etabliert hat „mit der Fähigkeit, als Einheit in Echtzeit oder gewählter Zeit auf globaler Ebene zu funktionieren“ (108). Hier macht er eine komplexe wechselseitige Durchdringung der Globalisierung und Regionalisierung der Märkte für Güter und Dienstleistungen aus. Er verweist darauf, dass mit der Globalisierung multinationale Konzerne immer mehr in internationalen Produktionsnetzwerken kontextualisiert sind. In diesem Rahmen haben sich auch die Unternehmen zu Netzwerk-Unternehmen transformiert (Kap. 3). Bestehende horizontale und vertikale Konzernmodelle sind in die Krise geraten und vermittelt durch die Informationstechnologie konnten internationale und kulturübergreifende Netzwerk-Unternehmen entstehen. Damit einher geht auch eine Transformation von Arbeit und Beschäftigung (Kap. 4). So typisiert Castells in einer komparativen Analyse der Beschäftigungsstruktur in informationellen Gesellschaften zwei unterschiedliche Modelle, nämlich das der „Dienstleistungsökonomie“ (verkörpert insbesondere durch die USA, Großbritannien und Kanada) und das der „industriellen Produktion“ (verkörpert insbesondere durch Japan und Deutschland) (259). In jedem Fall ist für ihn eine Flexibilisierung von Arbeit und eine Neustrukturierung der Beziehung zwischen Kapital und Arbeit auszumachen. Entgegen weiter verbreiteten, häufig unterkomplexen Homogenisierungstheorien legt er den Schwerpunkt auf veränderte Formen der Fragmentierung. Die Zentralität der Kategorie der Kultur für die Analyse der Netzwerkgesellschaft wird in Kap. 5 greifbar, in dem sich Castells mit der „Kultur der realen Virtualität“ (375) auseinandersetzt. Die Globalisierung der Massenkommunikation – die insbesondere mit den beiden Medien Fernsehen und Internet verbunden ist – hat zu einer kulturellen Segmentierung entlang von Ideologien, Wertvorstellungen, Geschmacksrichtungen und Lebensstilen in unterschiedlichen Kontexten der Welt beigetragen. Das Konnektivitätsnetzwerk der Globalisierung von Massenkommunikation verweist nach Castells darauf, dass „wir nicht in einem globalen Dorf [leben], sondern in individuell zugechnittenen Hütten, die global produziert und lokal verteilt werden“ (390). Eines der zentralen theoretischen Teile der Trilogie ist das sich

anschließende Kapitel „Raum der Ströme“ (Kap. 6), das bereits in einer früheren Version auf Deutsch übersetzt vorlag (vgl. Castells 1994). Castells diagnostiziert hier, dass durch die verschiedenen Konnektivitäten der Globalisierung ein Raum der Ströme entstanden ist, der auf die drei Ebenen verweist (vgl. 467). Dies ist erstens die der elektronischen Vermittlungen, zweitens die einzelner Orte als Knoten und Schaltstellen (hier ist insbesondere der Verweis auf die Diskussion um „global cities“ zu sehen, die neben Saskia Sassen stark von Castells stimuliert wurde, vgl. Sassen 2000) und drittens die der räumlichen Organisation der Führungseliten. Aber auch eine „Transformation der Zeit [ist] unter dem informationstechnologischen Paradigma auszumachen“ (485) (Kap. 7). Im Schlussteil dieses ersten Bandes bringt Castells die verschiedenen von ihm diagnostizierten Entwicklungen auf den Begriff der „Netzwerkgesellschaft“ (527). Den Begriff leitet er daraus her, dass Netzwerke als Form sozialer Organisation im Informationszeitalter zu dem zentralen Muster überhaupt wurden und so „die Macht der Ströme [...] Vorrang gegenüber den Strömen der Macht“ (527) gewinnt.

Der zweite Band der Trilogie von Manuel Castells ist ganz Fragen der „Macht der Identität“ gewidmet. Eine Auseinandersetzung mit der Identität klang bereits in Bezug auf Kultur im ersten Band immer wieder an. Dass dieses Thema aber – zu Recht – eine Auseinandersetzung über ebenfalls rund 450 Seiten notwendig macht, begründet Castells damit, dass der Relevanzgewinn von Identität sich als Reaktion auf das Aufkommen der Netzwerkgesellschaft ergibt: Während sich mit der Globalisierung die neue Gesellschaftsform der Netzwerkgesellschaft verbreitet und verschiedenste Kontexte der Welt transformiert, sind gleichzeitig „machtvoll[e] Ausdrucksformen kollektiver Identität“ (4) auszumachen, deren Fokus auf die kulturelle Einzigartigkeit und die Kontrolle des Menschen über ihr Leben und ihre Umwelt gerichtet ist. In der Netzwerkgesellschaft ist für die meisten sozial Handelnden die Identität der zentrale Bezugspunkt von Sinn, die über Raum und Zeit hinweg selbsterhaltend ist (9). Vermittelt wird die Macht der Identität in erheblichem Maße durch (neue) soziale Bewegungen, die Gegenstand der Analysen dieses zweiten Bandes sind. Castells knüpft damit an seine frühere Forschungsarbeit an, die er

am von Alain Touraine gegründeten Centre d'Étude des Mouvements Sociaux der École des Hautes Études en Sciences Sociales in Paris begann.

Im ersten Kapitel umreißt Castells den Rahmen seiner Auseinandersetzung mit Fragen der Identität, indem er diese im Spannungsverhältnis zwischen Fundamentalismus, Nationalismus, Ethnie und Territorialisierung verortet. Castells konstatiert hier, dass auch in Zeiten der Globalisierung lokale Gemeinschaften zentrale Quellen von Identität bleiben, wobei deren Identität allerdings durch defensive Reaktionen auf die negativen Seiten der Globalisierung markiert ist (70). Für ihn sind „kulturelle Kommunen auf religiösem, nationalen und territorialem Fundament“ (71) die zentralen Referenzpunkte von Identitätsartikulation für diejenigen, die von der Individualisierung der Identität in den Netzwerken von Macht und Reichtum ausgeschlossen sind. Neben solchen „Widerstandsidentitäten“ (72) macht er aber auch „legitimierende Identitäten“ (72) und „Projektidentitäten“ (72) aus. Legitimierende Identitäten verweisen hier auf die Institutionen und Organisationen der Zivilgesellschaft. Projektidentitäten gehen aus Widerstandsidentitäten hervor, wenn sich „kulturelle Kommunen“ zu sozialen Bewegungen formieren und sich die Identitätsentwürfe von deren territorialen Bezugsrahmen lösen. Diese Projektidentitäten sind für Castells die eigentlichen Instanzen des sozialen Wandels in der Netzwerkgesellschaft. Letztlich kann man die sich an das erste Kapitel anschließenden weiteren Kapitel als Spurensuche der Konstitution solcher Projektidentitäten begreifen. In Kapitel 2 untersucht Castells soziale Bewegungen gegen die neue globale Ordnung, oder wie man heute sagen würde: globalisierungskritische Bewegungen. Hier finden sich seine fast schon klassischen Studien zur Mexikanischen Zapatisten-Bewegung, die er durch deren Internet-Einsatz als erste „informationelle Guerillabewegung“ (86) begreift, aber auch seine Untersuchungen zur amerikanischen Patriotenbewegung und zur japanischen globalisierungskritischen Bewegung. Das dritte Kapitel setzt sich dann mit der Umweltbewegung auseinander, für deren identitätsstiftende Erfolge ebenfalls ein „Steppen mit den Medien“ (139) zentral war. Das vierte Kapitel ist auf Gender bezogene soziale Bewegungen fokussiert, also Frauen-, Lesben- und Schwulenbewegungen, die zur Veränderung

der Definition von Identität in unterschiedlichen Kontexten der Welt beigetragen haben. Die Gesamtdiskussion kumuliert in einer Auseinandersetzung mit der Krise von Nationalstaaten (Kap. 5), die auch eine Krise nationaler Identität ist. Die Folge kann eine Explosion des Nationalismus sein (322-326). Aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht erscheint sicherlich das Kapitel 6 von großem Interesse, in dem sich Castells mit „Medien als Raum der Politik im Informationszeitalter“ (333) auseinandersetzt. Bezogen auf Fragen der Demokratie laufen die Diskussionsstränge darin zusammen, dass die Identitätspolitik sozialer Bewegungen in erheblichem Maße medienvermittelt erfolgt. Aber nicht nur solche Fragen der „politischen Mobilisierung“ (374) spielen hier eine Rolle. Castells setzt sich daneben mit den Fragen auseinander, ob durch elektronische Medien ein politischer Lokalismus an Stellenwert gewinnen kann bzw. ob elektronische Kommunikation eine Stärkung der horizontalen Kommunikation von Bürgerinnen und Bürgern bewirken kann. Im Schlussteil des Bandes „Sozialer Wandel in der Netzwerkgesellschaft“ pointiert Castells nochmals seine Argumentation dahingehend, dass neue soziale Bewegungen gerade mit ihren Lokalbezügen, Vernetzungsstrukturen und Projektidentitäten eine der zentralen Instanzen von soziokulturellem Wandel im Informationszeitalter sind: „Sie sind die wirklichen Produzenten und Verteiler kultureller Codes“ (386).

Die bisherigen Darlegungen dürfen nur als eine grobe Skizze von insgesamt rund 1000 Seiten Argumentation in zwei Bänden einer Trilogie begriffen werden. Vor diesem Hintergrund wird die Differenziertheit und Breite der Argumentation von Castells deutlich. Was ebenfalls deutlich wird ist, dass seine Trilogie über das Informationszeitalter nicht einfach auf eine „Gesellschaftstheorie des Internets“ reduziert werden kann. Vielmehr untersucht Castells, welche kulturellen, sozialen und ökonomischen Veränderungen sich über verschiedenste Territorien und Staaten hinweg im Informationszeitalter der Globalisierung ausmachen lassen. Hier spielen Fragen der Netz-Kommunikation auch eine Rolle. Dies erscheint aber als ein Argumentationsstrang neben anderen, dessen Relevanz sich dadurch ergibt, dass die Netzkommunikation Veränderungen beispielsweise in der Organisation global agierender Unternehmen, der Politik oder

der Strukturierung von Finanzmärkten ermöglicht.

Insgesamt ist die Trilogie eine umfassende, tiefgehende Darstellung aktueller ökonomischer, sozialer und kultureller Wandlungsprozesse, die in einer bemerkenswerten Theorie mündet. Die Trilogie ist deshalb für die Medien- und Kommunikationswissenschaft und ihre Auseinandersetzung mit Fragen der Globalisierung von Medienkommunikation ein kaum zu ignorierender Referenzpunkt, weil hier nicht in einfachen Evolutionstheorien argumentiert wird, sondern die Komplexität und Widersprüchlichkeit, in der auch Medien in einer zunehmend globalisierten Welt stehen, in den Mittelpunkt rückt. Bemerkenswert ist dabei das kritische Potenzial der Analysen von Castells, der wechselseitige Bezug von Theoretisierungen und Analysen und der Versuch, an entscheidenden Stellen neue Begriffe für eine Auseinandersetzung mit neuen Prozessen in Zeiten der Globalisierung zu finden. Insofern muss die Trilogie als eines der zentralen Werke der von Ulrich Beck so bezeichneten „Soziologie der Globalisierung“ (Beck 1997) gelten, das auch jenseits des abflauenden Internet-Booms für die Medien- und Kommunikationswissenschaft zentral ist. Diese Zentralität ergibt sich neben dem theoretischen Entwurf der Netzwerkgesellschaft und seiner analytischen Absicherung insbesondere dadurch, dass der Blick auf die Komplexität der Konnektivität der Globalisierung gelenkt wird. Anschlüsse in der Medien- und Kommunikationswissenschaft sind hier deutlich, wie bspw. in Bezug auf die Diskussion um die Globalisierung von Medien (vgl. Donges et al. 1999), um die transkulturelle Kommunikation (vgl. Hepp & Löffelholz 2002) oder um Medienidentität und Globalisierung (vgl. Winter et al. 2002). Vor allem wird deutlich, dass eine weitere Auseinandersetzung mit sozial- und kulturtheoretischen Netzwerk- und Konnektivitätstheorien für die Medien- und Kommunikationswissenschaft zentral ist – eine Auseinandersetzung, für die neben Manuel Castells auch eine Reihe anderer Autorinnen und Autoren stehen (vgl. beispielsweise Tomlinson 1999 und Morley 2000).

Nichtsdestotrotz bleibt Castells auch einer der zentralen Theoretiker der Netzkommunikation. Wen ausschließlich dieser Teil seiner Theorie interessiert, dessen Blick sei gelenkt auf ein kompaktes, bisher noch nicht übersetztes Buch mit dem Titel „The Internet Galaxy“.

Hierin setzt sich Castells differenziert mit der Geschichte des Internets, der Kultur des Internets, der New Economy, virtuellen Gemeinschaften, der Politik des Internets, der Geografie des Internets und dem so genannten „digital divide“ auseinander. Dass Castells dieses Buch mit Verweisen auf die Theorie der Netzwerkgesellschaft beginnt und beendet, macht deutlich, dass seine Auseinandersetzung mit dem Internet letztlich auf seine Analyse der Netzwerkgesellschaft insgesamt verweist. Insofern ist auch dieses Buch doppelt zu empfehlen und ihm eine Übersetzung ins Deutsche zu wünschen: Einerseits ist es, wie gesagt, eine kompakte Darstellung der Reflektionen von Castells zum Internet, andererseits sicherlich ein guter Einstieg in seinen Entwurf über das Informationszeitalter überhaupt.

In Anbetracht dessen, dass nach der Übersetzung der Trilogie Castells über das Informationszeitalter und auch der „Internet Galaxy“ eine Übersetzung zu wünschen ist, kann eine Rezension der Bücher von Castells nur mit dem Satz enden, mit dem er selbst seinen zweiten Band beendet: „Fortsetzung folgt.“

## Literatur

- Beck, Ulrich (1997): Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Castells, Manuel (1994): Space of Flows – Raum der Ströme. Eine Theorie des Raums in der Informationsgesellschaft. In: Noller, Peter / Prigge, Walter / Ronneberger, Klaus (Hrsg.) (1994): Stadt-Welt. Über die Globalisierung städtischer Milieus. Frankfurt a. M., New York: Campus: 121-134.
- Castells, Manuel (1996): The Rise of the Network Society . The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 1. Oxford: Blackwell.
- Castells, Manuel (1997): The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 2. Oxford: Blackwell.
- Donges, Patrick / Jarren, Otfried / Schatz, Heribert (1999): Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Giddens, Anthony (1996): Out of Place. In: The Higher, 13 December.
- Hepp, Andreas / Löffelholz, Martin (Hrsg.) (2002): Grundlagentexte zur transkultu-

- rellen Kommunikation. Konstanz: UVK (UTB).
- Morley, David (2000): *Home Territories. Media, Mobility and Identity*. London, New York: Routledge.
- Sassen, Saskia (2000): *Cities in a World Economy*. Second Edition. Thousand Oaks u. a.: Pine Forge Press.
- Tomlinson, John (1999): *Globalization and Culture*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Winter, Carsten / Thomas, Tanja / Hepp, Andreas (Hrsg.) (2003): *Medienidentitäten: Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*. Köln: Halem.

Andreas Hepp

### Jennings Bryant / Dolf Zillmann (eds.)

#### Media Effects

Advances in Theory and Research

Mahwah, New Jersey/London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002 (2nd edition). – 634 S.

ISBN 0-8058-3863-5

Zu den gut belegten Befunden der Medienwirkungsforschung zählt, dass Nachrichtenauswahl ein kontingentes Phänomen darstellt. Wenn McCombs und Reynolds in Kapitel 1 des vorliegenden Sammelbands feststellen: „Although many issues compete for public attention, only a few are successful in reaching the public agenda.“ (S. 1), dann gilt diese Trichterfunktion von Verbreitungsmedien in einem weiteren Sinne auch für Publikationen, die den aktuellen Stand der Forschung aus dem expandierenden Feld der Medienwirkungsforschung zusammenfassen wollen. Auf stattliche 634 Seiten ist diese zweite Auflage des 1994 erstmals unter dem Titel „Media Effects: Advances in Theory and Research“ erschienenen Buches angewachsen. Sechs neue Kapitel wurden den bereits vorhandenen 16 hinzugefügt, die aktualisiert wurden. Neu hinzugekommen sind beispielsweise Beiträge zum „Third-Person“-Effekt, zu prosozialen Wirkungen von audiovisuellen Bildungsangeboten, Detailanalysen zum Prozess der Medienrezeption, zur Evaluation von Informationskampagnen und zur Wahrnehmung spezifischer Aspekte von Medienpräsentationen. Obwohl das Buch eher für fortgeschrittene Studierende empfohlen wird, haben einige Beiträge durchaus den Charakter einer

Einführung in Teilgebiete der Forschung. Das Buch ist somit eine Mischung aus Grundlagenartikeln und spezielleren Abhandlungen. Und Letztere nehmen häufiger mehr Raum in Anspruch: Je mehr Überblick angestrebt wird, desto kürzer sind die Beiträge. Während beispielsweise das „Elaboration Likelihood Model of Persuasion“ fast 45 Seiten beansprucht, begnügt sich der Beitrag zur Kultivierungsanalyse (Gerbner u. a.) mit 26 Seiten, die Darstellung der Agenda Setting-Forschung beansprucht sogar nur 18 Seiten. Ebenso fehlt dem Buch eine Systematik der Beiträge. Die Einleitung der Herausgeber fällt knapp aus und verweist auf „media effects [as] a burgeoning field“. (S. IX)

Ob Anfänger oder Fortgeschrittene nun zu diesem Buch greifen – alles andere als eine selektive Nutzung scheint ausgeschlossen. Wer themenzentriert vorgehen möchte, findet im Sachregister zumindest einen ersten Einstiegspunkt. Diese selektive Vorgehensweise muss natürlich auch für eine knappe Buchbesprechung gelten. Im Folgenden wird beispielhaft auf einige Aspekte hingewiesen, die für aktuelle Diskussionen im Bereich der Medienwirkungsforschung von Bedeutung sein dürften.

Dazu gehört an erster Stelle die Frage, an welchen Kriterien eigentlich das Vorliegen von starken oder nachhaltigen Medieneffekten festgemacht wird. Everett M. Rogers diskutiert diese Frage in seinem Beitrag „Intermedia Processes and Powerful Media Effects“, der eine aktualisierte Version eines bereits 1995 präsentierten Vortrags vor der National Communication Association (USA) darstellt. Präsentiert werden Ergebnisse, die üblicherweise in einem Überblick zu News-Diffusion-Prozessen erwartet werden: Beispielsweise die Reaktionen auf die Bekanntgabe des amerikanischen Basketballspielers Magic Johnson, dass er HIV-positiv sei, oder das Challenger-Unglück im Januar 1986. Rogers zeigt an diesen Beispielen, dass eine massive Medienberichterstattung, die durch interpersonale Kommunikation ergänzt wird, Verhaltensweisen evozieren kann, die ein alltägliches Medienangebot nicht initiieren könnte. Wirkung heißt in diesem Zusammenhang beispielsweise eine vermehrte Konsultation von Beratungsdiensten oder – wie im Falle eines ungewöhnlichen (Nachrichten-) Ereignisses in Neu Delhi (Indien) – „overt behavior“, in diesem Falle Milchgaben in den Tempeln zu opfern („Feeding milk to Hindu Dieties“), weil festgestellt wurde, dass die Göt-