



IASLonline Diskussionsforum
Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels

GEORG JÄGER

**Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie.
Grundlegung einer Theorie des Buchverlags**

Erstpublikation

Buchkulturen. Beiträge zur Geschichte der Literaturvermittlung. Festschrift für Reinhard Wittmann. Hg. von Monika Estermann, Ernst Fischer und Ute Schneider. Wiesbaden: Harrassowitz 2005, S. 59-78.

Dies ist eine aktualisierte und überarbeitete Fassung der ursprünglichen Publikation, in: Empirische Literatur- und Medienforschung. Beobachtet aus Anlass des 10jährigen Bestehens des LUMIS-Instituts 1994. Hg. von Siegfried J. Schmidt (LUMIS-Schriften Sonderreihe VII) Siegen: LUMIS, Universität GH Siegen 1995, S. 24-40.

Vorlage

Datei des Autors

Autor

Prof. Dr. Georg Jäger
Institut für Deutsche Philologie - Buchwissenschaft
Ludwig-Maximilians-Universität München
Schellingstr. 3
D-80799 München
Email: georg.jaeger@germanistik.uni-muenchen.de

GEORG JÄGER

Keine Kulturtheorie ohne Geldtheorie Grundlegung einer Theorie des Buchverlags¹

Gliederung

1 Zielsetzung | 2 Die Theoriebausteine | 2.1 Interpenetration, Wertbindung (*commitment*) und Strukturhaltung (*pattern maintenance*) | 2.2 Parsons' Austausch- und Interaktionsmedien | 2.3 Luhmanns symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien | 2.4 Organisation | 3 Grundlegung einer Theorie des Buchverlags | 4 Offene Probleme

1 Zielsetzung

'Die Kultur wird vom Geld regiert.' Dieser Leitspruch der Kulturkritik bildet den Ausgangspunkt der folgenden Überlegungen, die das Verhältnis von Kultur und Wirtschaft mit einem systemtheoretischen Instrumentarium konzeptualisieren. Die Darstellung geht grundbegrifflich vor. Sie zielt auf eine Problemstrukturierung und Modellarchitektur, die sich historisch differenzieren und in empirische Forschung umsetzen läßt. Die allgemeinen Ausführungen zum Verhältnis von Wirtschaftssystem und Kultur, Geld und Wertbindung werden zur Skizzierung einer Theorie des Buchverlags genutzt. Auf diese Weise kann die Leistung der Theorie für das Design der Forschung ansatzweise verdeutlicht werden.

Ausgangspunkt ist das „Konzept eines struktural-funktionalen Theoriemodells für eine Sozialgeschichte der Literatur“,² das sich an Parsons orientiert. Die zentralen Theoriebausteine übernehme ich von Parsons, einige - vor allem Organisation - aber auch von Luhmann. Vorausgesetzt werden Grundkenntnisse der Theorien Parsons und Luhmanns. In das Mehrebenenschema und die vier Funktionsfelder Parsons führen ausführlich Meyer / Ort,³ knapp der „Technische Anhang“ von Parsons / Platt⁴ ein. Die Theoriearchitektur Luhmanns erschließt am besten dessen

¹ Der Beitrag ist zunächst außerhalb des Buchhandels, an einem für Buchwissenschaftler eher entlegenen Ort erschienen: Empirische Literatur- und Medienforschung. Beobachtet aus Anlaß des 10jährigen Bestehens des LUMIS-Instituts 1994. Hg. von Siegfried J. Schmidt (LUMIS-Schriften Sonderreihe VII) Siegen: LUMIS, Universität GH Siegen 1995, S. 24-40. Die Überlegungen haben sich in Diskussionen bewährt und werden darum für die buchwissenschaftliche Theoriediskussion überarbeitet und aktualisiert publiziert.

² Meyer, Friederike / Ort, Claus-Michael: Konzept eines struktural-funktionalen Theoriemodells für eine Sozialgeschichte der Literatur. In: Heydebrand, Renate von / Pfau, Dieter / Schönert, Jörg (Hg.): Zur theoretischen Grundlegung einer Sozialgeschichte der Literatur. Ein struktural-funktionaler Entwurf Tübingen: Niemeyer 1988 (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur 21), S. S.85-171. Zur wissenschaftsgeschichtlichen und -theoretischen Situierung des Konzepts vgl. Walter, Gerrit: Das Buch als Tat. Talcott Parsons als Gründervater einer umfassenden Theorie zur 'Sozialgeschichte der deutschen Literatur 1770-1900'. In: Archiv für Sozialgeschichte 31 (1991), S.444-456; Rusch; Gerhard: Systemtheorien in der germanistischen Literaturgeschichtsschreibung (LUMIS-Schriften 38) Siegen 1994.

³ Meyer / Ort: Konzept eines struktural-funktionalen Theoriemodells, S. 103-131.

⁴ Parsons, Talcott / Platt, Gerald M.: Die amerikanische Universität. Ein Beitrag zur Soziologie der Erkenntnis. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1990, S. 549-587. Vgl. Parsons, Talcott: Zur Theorie sozialer

eigener Grundriß.⁵ Die Überblicksdarstellung zur Systemtheorie von Willke⁶ skizziert auch Parsons und Luhmanns Medientheorie.

2 Die Theoriebausteine

2.1 Interpenetration, Wertbindung (*commitment*) und Strukturerhaltung (*pattern maintenance*)

Parsons arbeitet den Begriff der Interpenetration zwischen 1951 und 1959 aus,⁷ um der Verbundenheit ausdifferenzierter Systeme gerecht zu werden. Neben System und Funktion ist Interpenetration einer der „Stöcke im Rachen des Krokodils“, die die theoretische Analyse offenhalten und zur Berücksichtigung von Verbundenheit zwingen. Wo Interpenetration vorliegt, nehmen dieselben konkreten Phänomene an mehreren analytischen Systemen teil.

>Interpenetration< ist ein generalisierender Mechanismus der Verschränkung von Systemen: Auf der Ebene von Verhaltensorganismus und Psycho-System vollzieht sich diese Verschränkung durch Lernen; auf der Ebene von Psycho- und Sozialsystem durch Internalisierung; auf der Ebene von Sozial- und Kultursystemen durch Institutionalisierung.⁸

In eigenen Arbeiten hat sich Parsons insbesondere dem Zusammenhang zwischen „Sozialstruktur und Persönlichkeit“,⁹ mithin Fragen der Internalisierung kultureller und sozialer Objekte durch die Persönlichkeit bzw. Problemen der Sozialisation und Bildung gewidmet. Bei der Rezeption des Begriffs durch Luhmann ist es zu einer Diskussion über die Frage gekommen, ob der Begriff Interpenetration auf das Verhältnis personaler und sozialer Systeme zu beschränken sei.¹⁰ Ich schließe mich der Position Jensens an, die in der Interpenetration einen generalisierenden Mechanismus der Verschränkung von Systemen sieht.

Im folgenden geht es um die Verbundenheit zwischen Kultur und Sozialsystem bzw. dessen Subsystem Wirtschaft. Der Schlüssel für Parsons Theorie sozialer Systeme liegt „im Konzept der Kultur“: Kultur wird als „die normative Struktur der Handlungssysteme“ begriffen, Handlungssysteme werden als Programme konzi-

Systeme. Hg. v. Stefan Jensen. Opladen. Westdeutscher Verlag 1976 (Studienbücher zur Sozialwissenschaft 14).

⁵ Luhmann, Niklas: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1984. Von den Einführungen sei empfohlen: Kneer, Georg / Nassehi, Armin: Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme. 4. Aufl. München: Fink 2000 (UTB 1751), zur Klärung der Begriffe bietet sich an: Krause, Detlef: Luhmann-Lexikon. Eine Einführung in das Gesamtwerk von Niklas Luhmann. 4. Aufl. Stuttgart: Lucius & Lucius 2005 (UTB 2184).

⁶ Willke, Helmut: Systemtheorie. Eine Einführung in die Grundprobleme der Theorie sozialer Systeme. 4. überarb. Aufl. Stuttgart, Jena: Gustav Fischer 1993 (UTB 1161), S. 228 ff.

⁷ Jensen, Stefan: Interpenetration. Zum Verhältnis personaler und sozialer Systeme. In: Zeitschrift für Soziologie 7/2 (1978), S.116-129.

⁸ Jensen, S. 122.

⁹ Parsons, Talcott: Sozialstruktur und Persönlichkeit. 3.Aufl. Frankfurt a.M.: Fachbuchhandlung für Psychologie 1979 (Reprints Psychologie 7) (engl. Originalausg. 1964).

¹⁰ Luhmann, Niklas: Interpenetration. Zum Verhältnis personaler und sozialer Systeme. In: Zeitschrift für Soziologie 6/1 (1977), S.62-76. - Jensen: Interpenetration. - Luhmann, Niklas: Interpenetration bei Parsons. In: Zeitschrift für Soziologie 7/3 (1978), S.299-302 (Erwiderung auf Jensen).

piert, „programmiert wird das konkrete Verhalten der Menschen - ihre Interaktion“.¹¹ Kultur wird als „ein System normativer Musterbildungen“ definiert, das Antwort auf die Frage gibt: „Wie sollen wir unser Erleben und Handeln gestalten?“¹² Parsons geht von einer vertikalen Differenzierung zwischen Kultur, Sozialsystem, Person und Organismus aus und setzt in einer kybernetischen Steuerungshierarchie Kultur an oberste Stelle. Der kybernetischen Steuerungshierarchie korrespondiert eine gegenläufige Stufenleiter von Konditionierungen. „Interpenetration ist bildlich gesehen eine Welle, die vom Kultursystem durch das Handlungssystem abwärts läuft, sich am Verhaltensorganismus bricht und wieder durch das Handlungssystem zurückläuft.“¹³ Dennoch wird Parsons' Systemtheorie „Kulturdeterminismus“¹⁴ vorgeworfen. Ich gehe darauf nicht ein, weil ich lediglich die Konzeptualisierung der Verbundenheit von Kultur und Sozialsystem, nicht aber eine eventuelle Hierarchisierung als Theoriebaustein übernehme.

Auf der Ebene des Sozialsystems werden die Belange der Kultur (Religion, Kunst, Wissenschaft) vom „kulturellen Treuhandsystem“ (*fiduciary subsystem*) wahrgenommen. Der Output des kulturellen Treuhandsystems sind „Problemlösungen“, die von der Gesellschaft nachgefragt werden. „Die Leistung des Treuhandsystems besteht in einer schöpferischen Produktion von interpretativen, weltauslegenden, sinndeutenden und handlungsleitenden Schemata - kognitiver, expressiver, moralisch-evaluativer und konstitutiver Art.“¹⁵ Die Einheiten solcher Problemlösungen bezeichnet Parsons als *commitment*, „Wertbindung“, die sich zu *value patterns*, „Wertmustern“, zusammensetzen. Wertbindungen und Wertmuster sind generalisierte und symbolische Versprechen, weil sie für ein noch nicht näher bestimmtes, zukünftiges Handeln stehen. Commitments als Symbole gesellschaftlicher Kapazitäten beziehen sich auf „kulturelle Kräfte, die auf die Verwirklichung von Wertvorstellungen gerichtet sind;“¹⁶ sie lassen sich definieren als „generalisierte Fähigkeit und glaubwürdiges Versprechen, die Implementation von Werten zu bewirken“.¹⁷ Wertmuster bieten einen Orientierungsrahmen und stellen eine Präferenzordnung bereit. Als solche sind Werte „keine Eigenschaft von Objekten, sondern eine Komponente der Strukturierung (*patterning*) von Handeln, eine Komponente, die einen oder mehrere daran orientierte Aktoren auf ein oder mehrere Objekte bezieht“.¹⁸ Diese Werte sind insofern kulturelle Objekte, als sie „durch Internalisierung zum charakteristischen Merkmal von Individuen und durch Institu-

¹¹ Jensen: Interpenetration, S. 126.

¹² Jensen, Stefan: Aspekte der Medien-Theorie: Welche Funktion haben die Medien in Handlungssystemen? In: Zeitschrift für Soziologie 13/2 (1984), S.145-164. Hier S. 153.

¹³ Jensen: Interpenetration, S. 128.

¹⁴ Vgl. z.B. Schluchter, Wolfgang: Gesellschaft und Kultur - Überlegungen zu einer Theorie institutioneller Differenzierung. In: Ders. (Hg.): Verhalten, Handeln und System. Talcott Parsons' Beitrag zur Entwicklung der Sozialwissenschaften. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1980 (stw 310), S. 106-149. Hier S. 114f.

¹⁵ Jensen, Stefan / Naumann, Jens: Commitments - Medienkomponente einer ökonomischen Kulturtheorie? In: Zeitschrift für Soziologie 9/1 (1980), S.79-99. Hier S. 92.

¹⁶ Jensen / Naumann, S. 83.

¹⁷ Parsons, Talcott: Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien. Hg. v. Stefan Jensen. Opladen: Westdeutscher Verlag 1980 (Studienbücher zur Sozialwissenschaft 39), S. 203.

¹⁸ Parsons / Platt: Die amerikanische Universität, S. 56.

tionalisierung zum charakteristischen Merkmal von Gruppen werden können“.¹⁹ Institutionalisation meint in diesem Zusammenhang eine normative Musterbildung, die Geltung für das Handeln in einer Gruppe erlangt.

Solche Wertbindungen setzt Parsons in allen vier Subsystemen des Sozialsystems an. Die Prozesse eines jeden funktionalen Subsystems werden „von dem charakteristischen Wertprinzip im kybernetischen Sinne >gesteuert<, das ihre funktionale Spezifikation bestimmt“.²⁰

- Die Wirtschaft (Funktion: Mobilisierung von Ressourcen) operiert nach dem Wertprinzip des Nutzens und hat ihr Medium im Geld,
- der Politikbereich (*policy*, Funktion der Zielerreichung) arbeitet nach dem Wertprinzip der Effektivität und hat sein Medium in der Macht,
- das „gesellschaftliche Gemeinwesen“ (*societal community*, Funktion der Integration) fußt auf dem Wertprinzip der Solidarität und benutzt als Medien Einfluß oder Prestige,
- im „kulturellen Treuhandsystem“ (*fiduciary system*, Funktion der Struktur-erhaltung) geht es um die Erhaltung und Kontrolle von Wertstrukturen, ihr Maß ist Integrität.

Jedes dieser symbolisch generalisierten Medien bringt ein Handlungssystem in „Übereinstimmung mit einer Gruppe von normativen Erwartungen - die letztlich im Wertsystem wurzeln“.²¹

Das „Strukturerhaltungs-System“, wie das kulturelle Treuhandsystem auch genannt wird, erhält und kontrolliert die Wertmuster *aller* Subsysteme des Sozialsystems. Gleiches gilt für die Funktionen der anderen Subsysteme, auch sie umfassen alle anderen Systeme. Das damit verbundene logische Problem - die aus den wechselseitigen Inklusionsverhältnissen resultierenden Paradoxien - löst Parsons durch Ebenenbildung.²² Das Vierfelder-Schema wiederholt sich jeweils auf der nächst unteren Ebene. Auf diese Weise markiert Parsons den analytischen Status der Subsystembildung und die Verbundenheit aller Funktionen in den historisch-konkreten Handlungen. An diesem Problemstand setzt die Medientheorie an. Sie trägt der Tatsache Rechnung, daß jede historisch konkrete Handlung mehreren Subsystemen bzw. Wertmustern oder Sinnorientierungen angehört. In makrosoziologischer Perspektive bietet die Medientheorie ein Instrumentarium, um analytisch darzustellen, wie die Funktionssysteme trotz oder wegen ihrer unterschiedlichen Wertbindungen in das Sozialsystem als ganzes integriert sind.

2.2 Parsons Austausch- und Interaktionsmedien

Die Medien bilden die entscheidenden Mechanismen zur Integration der Gesellschaft und stellen damit „die Lösung des funktionalen Gegenproblems der Diffe-

¹⁹ Parsons / Platt, S. 56.

²⁰ Parsons: Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien, S. 186.

²¹ Parsons, S. 191.

²² Luhmann: Interpenetration bei Parsons.

renzung“ dar.²³ Ihr Objekt sind die Wertmuster, die zusammen die Kultur einer Gesellschaft ausmachen. „Der Transfer des kulturellen Horizontes als der Gesamtheit aller Schemata, in und mit denen eine Gesellschaft ihr Erleben und Handeln symbolisch konstituiert, bildet das Grundproblem der Medientheorie.“²⁴

Das Ausgangsproblem läßt sich mikro- und makrosoziologisch formulieren. Inbezug auf die doppelte Kontingenz von Alter und Alter ego lautet es: „Warum soll Alter die Selektionen Egos übernehmen?“²⁵ makrosoziologisch heißt die Frage: „Wie ist zu erklären, daß sich in der Gesellschaft stabile Strukturen des Selektionstransfers bilden, bei denen die eine Partei die Prämissen der anderen Partei für die Gestaltung der Interaktion übernimmt?“²⁶ Medien geben darauf eine Antwort, weil sie Selektionen von Wertorientierungen übertragen und zu deren Abnahme motivieren, d.h. den Partner zu einem komplementären Verhalten anhalten. Sie vereinigen zwei Funktionskomplexe:

1. „die Steuerung von Tausch- oder anderen Interaktionsprozessen auf dem Hintergrund einer umfassenden Ordnung spezifischer Art“ (z.B. bilden im Falle des Geldes Eigentum und Vertragsrecht eine „normative Hintergrundstruktur“);
2. „den raum/zeitlichen Transfer von kulturellen Musterbildungen“. Medien vermögen „die kulturellen Musterbildungen in Zeit und Raum so zu übertragen, daß immer wieder Handlungszusammenhänge mit innerer Kontinuität der Sinnstrukturen aufgebaut werden können.“²⁷ Die Entkoppelung des Handlungsmusters von der direkten Interaktion unter Anwesenden führt zu einer erheblichen Komplexitätssteigerung.

Unter Bezug auf die beiden Funktionskomplexe unterscheidet Parsons zwischen Austausch- und Interaktionsmedien. Die Austauschmedien vermitteln den intersystemischen Input-Output-Austausch,²⁸ die Interaktionsmedien setzen am Problem der doppelten Kontingenz an.²⁹ Damit werden begrifflich unterschiedliche Perspektiven auf den Sachverhalt auseinandergehalten.

Die Medien integrieren ein intern in Subsysteme differenziertes Gesamtsystem, indem sie die subsystemspezifischen Selektionsmuster bzw. Handlungsorientierungen subsystemübergreifend generalisieren. Die Interpenetration von Subsystemen wird durch „subsystemspezifisch herausgebildete, gleichwohl aber frei >zirkulierende< und ineinander konvertierbare >Medien<“, bewerkstelligt.³⁰ Die Interaktionsmedien des Sozialsystems Gesellschaft (Geld für das Subsystem Wirtschaft, Macht für Politik, Einfluß für „gesellschaftliche Gemeinschaft“, Wertbindung für das sozial-kulturelle Subsystem) ermöglichen „Subsystembeziehungen als

²³ Parsons: Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien, S. 28.

²⁴ Parsons, S. 29.

²⁵ Parsons, S. 13.

²⁶ Jensen / Naumann : Commitments, S. 80.

²⁷ Jensen : Aspekte der Medien-Theorie, S. 145.

²⁸ Parsons: Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien, S. 233f.

²⁹ Künzler, Jan: Grundlagenprobleme der Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien bei Niklas Luhmann. In: Zeitschrift für Soziologie 16/5 (1987), S.317-333. Hier S. 318.

³⁰ Meyer / Ort: Konzept eines struktur-funktionalen Theoriemodells, S. 108.

komplexe und wechselseitige >Durchdringung< oder >Überlagerung< systemspezifischer Selektionsmuster.“³¹

Durch den Austausch der Medien bilden sich Interpenetrationszonen zwischen den Subsystemen der Gesellschaft. Interpenetrationszonen zwischen Kultur und Sozialsystem bilden beispielsweise die Familie, die Agenturen der Sozialisation und der gesamte Bereich von Schule und Bildung.³² Die Berufsarbeit läßt sich als „Interpenetrationszone zwischen Ökonomie und Moral,“³³ das Verlagswesen als Interpenetrationszone von Kultur und Wirtschaft konzipieren. Münch sieht in der Interpenetration „ein Bauprinzip der Moderne“³⁴ und geht von einem Wechselverhältnis von Differenzierung und Integration der Gesellschaft aus. Der funktionalen Differenzierung antworten integrierende Mechanismen. „Diese integrierenden Mechanismen sind die Interaktionsmedien. Die Prozesse, die sie in Gang setzen, sind die der Interpenetration.“³⁵

Als entscheidendes Problem in der Interpenetrationszone stellt sich der Tausch der Medien dar. Medien lassen sich nicht durcheinander ersetzen, ohne das Subsystem aufzulösen, dem sie entstammen. Wie also hat man sich ihre Konvertibilität vorzustellen? Welche Einrichtungen gibt es, die den Tausch von Medien regeln und ihren wechselseitigen 'Kurswert' festlegen? Im Anschluß an Luhmann setze ich an dieser Problemstelle Organisation an.

2.3 Luhmanns symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien

Die Theoriearchitektur Luhmanns führt zu einer im Vergleich zu Parsons veränderten Medienkonzeption. Luhmann möchte seiner Theorie ein möglichst hohes Auflösungsvermögen geben. Er ersetzt deshalb das Mehrebenenmodell mit seinem Vierfelder-Schema durch die einfache Grundfigur der Differenz von System und Umwelt (differenztheoretischer Ansatz). Den Begriff der Handlung, mit dem er anfangs noch arbeitete, tauscht er gegen den der Kommunikation aus, die er als Einheit von Information, Mitteilung und Verstehen und mithin als Sinnbildung konzipiert. Im Rahmen des Sinnbegriffs wird Handlung zu einem Zurechnungsproblem von Selektionen: „Wird die Sinnselektion der Umwelt zugerechnet, gilt die Charakterisierung Erleben“, wird sie hingegen „dem System selbst zugerechnet, dann gilt die Charakterisierung Handeln.“³⁶ Der Paradigmawechsel zur Autopoiesis³⁷ hatte eine konstruktivistische Wende in der Luhmannschen Theoriebildung zur Folge. Seitdem werden die Beziehungen von System und Umwelt immer stärker unter kognitionswissenschaftlichen, d.h. erkenntnistheoretischen und lo-

³¹ Meyer / Ort, S. 109.

³² Parsons / Platt: Die amerikanische Universität.

³³ Münch; Richard: Zahlung und Achtung. Die Interpenetration von Ökonomie und Moral. In: Zeitschrift für Soziologie 23/5 (1994), S.388-411. Hier S. 390.

³⁴ Münch, S. 388.

³⁵ Jensen: Interpenetration, S. 127.

³⁶ Luhmann: Soziale Systeme, S. 124.

³⁷ Kiss, Gabor: Grundzüge und Entwicklung der Luhmannschen Systemtheorie. 2. neubearb. Aufl. Stuttgart: Enke 1990, S. 89-102.

gischen, und immer weniger unter genuin soziologischen Gesichtspunkten modelliert.

„Entscheidend für Luhmanns Medienkonzept aber ist, daß die Medien nicht mehr funktional mit den Konsequenzen der Systemdifferenzierung verknüpft sind, sondern ihren Bezugspunkt im Problem der doppelten Kontingenz haben, das aller Kommunikation immanent ist.“³⁸ Luhmann spricht deshalb von symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien. Sie antworten auf das Problem der doppelten Kontingenz: „sie übertragen Selektionen und sie erzeugen beim Empfänger das Motiv für die Übernahme der Selektion; sie symbolisieren die Einheit von Selektion und Motivation.“³⁹ Indem sie dieses tun, wirken sie „als Katalysatoren von Differenzierung und Systembildung“ und sind darum auch historisch älter als die funktionale Differenzierung der Gesellschaft.⁴⁰ Während Parsons für jedes Subsystem ein Medium annahm, hat Luhmann diese Bindung gelöst. Bei ihm gibt es Funktionssysteme, die zwar über einen Code, aber über kein eigenes Medium verfügen (Bildung, Recht), wie auch Medien ohne eigenes Funktionssystem (Vertrauen).

Die zur Selektionsübernahme motivierende Kraft der Medien wird bei Parsons und Luhmann unterschiedlich konzipiert. Bei Parsons erklärt sie sich aus der Internalisierung der den Medien zugrunde liegenden Kulturmuster im Rahmen der Sozialisation des Individuums. Diese Kulturmuster, auf denen die Konstitution von Handlungssystemen beruht, werden durch Interpenetration „sowohl Teil der Persönlichkeit als auch Teil des Sozialsystems.“⁴¹ Luhmann führt an dieser Systemstelle das Konzept der „symbiotischen Mechanismen“ ein. Diese Mechanismen sind den einzelnen Medien zugeordnet - „für Wahrheit Wahrnehmung; für Liebe Sexualität; für Eigentum/Geld Bedürfnisbefriedigung; für Macht/Recht physische Gewalt“⁴² - und regeln deren Kopplung an organische bzw. physische und psychische Prozesse. Symbiotische Mechanismen bieten „eine Art Sicherheit für mediengesteuerte Prozesse, die sich in Übereinstimmung mit ihnen befinden;“⁴³ auf sie kann Kommunikation beim Versagen der Medien zurückgreifen. Struktur und Leistung der symbiotischen Mechanismen stellen sich für unterschiedliche Medien verschieden dar. So wird z.B. im Fall der Macht die Wirkung von Gewalt generalisiert und ihr konkreter Einsatz vermieden, im Verhältnis der Liebe zur Sexualität trifft jedoch weder das eine noch das andere zu. Zudem ist fraglich, ob die Sicherheit, die symbiotische Mechanismen durch organische Referenzen schaffen, auch das Problem der Motivierung zur Selektionsübernahme lösen kann.

³⁸ Künzler: Grundlagenprobleme, S. 321.

³⁹ Künzler, S. 322.

⁴⁰ Künzler, S. 321.

⁴¹ Jensen: Interpenetration, S. 118.

⁴² Luhmann, Niklas: Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien (zuerst 1974). In: Ders.: Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. 2. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag 1982, S.170-192. Hier S. 181.

⁴³ Luhmann, Niklas: Macht. Stuttgart: Enke 1975, S. 62.

Luhmann hat eingehend über einzelne Medien wie Vertrauen, Macht, Liebe, Geld und Wahrheit gehandelt,⁴⁴ ohne aber eine systematische vergleichende Theorie der Medien und der symbiotischen Mechanismen in den einzelnen sozialen Systemen vorzulegen. Die letzte zu Lebzeiten publizierte Zusammenfassung seiner Medientheorie in *Gesellschaft der Gesellschaft*⁴⁵ enthält eine ausführliche Beschreibung symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien, die deren systematischer Einordnung in die Theoriearchitektur dient, jedoch – wenn ich recht sehe – darüber hinaus nichts Neues bringt. Die symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien werden dabei, unter Bezug auf deren Leistung bei der Durchsetzung von Selektionen, als „Erfolgsmedien“ zusammengefasst und den „Verbreitungsmedien“, die der Speicherung und Distribution dienen, gegenübergestellt.

2.4 Organisation

Organisationen bilden nach Luhmann und Baecker soziale Systeme, deren Elemente Entscheidungen sind. „Organisationssysteme sind soziale Systeme, die aus Entscheidungen bestehen und Entscheidungen wechselseitig miteinander verknüpfen.“⁴⁶ Als operational geschlossene Systeme schließen sie sich über die rekursive Verknüpfung von Entscheidungen mit Entscheidungen.⁴⁷

Der Tausch von Medien, wie ihn Organisationen vornehmen, beruht genau auf dieser Figur - auf der Anwendung einer Entscheidung auf eine andere Entscheidung. Die Selektionen nach dem Kulturmuster des einen Mediums werden auf die Selektionen nach dem Kulturmuster eines anderen Mediums bezogen. Der Selektionstransfer, den das Medium des eines Subsystems leistet, wird mit dem Selektionstransfer eines anderen Mediums aus einem anderen Subsystem in einem Entscheidungsprozeß verknüpft. Dies ermöglicht Organisationen „ein Konvertieren des Kommunikationsmediums“: „>Konvertieren< soll heißen, daß die Verfügung über Einflußmöglichkeiten nach den Bedingungen des einen Mediums benutzt werden kann, um Einfluß nach den Bedingungen eines anderen Mediums

⁴⁴ Luhmann, Niklas: Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. 2. Aufl. Stuttgart: Enke 1973 (zuerst 1968). - Ders.: Macht. - Ders.: Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1982. - Ders.: Die Wirtschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1988, S. 230-271. Dazu vgl. auch ders.: Wirtschaft als soziales System (zuerst 1970). In: Ders.: Soziologische Aufklärung 1. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme. 5. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag 1984, S.204-231. - Ders.: Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1990.

⁴⁵ Luhmann, Niklas: Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Bde. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1997. Hier Bd. 1, Kap. 2: Kommunikationsmedien, Abschnitte IX bis XII: Symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien.

⁴⁶ Luhmann, Niklas: Organisation und Entscheidung (zuerst 1978). In: Ders.: Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation. Opladen: Westdeutscher Verlag 1981, S.335-389. Hier S. 339f. Vgl. auch ders.: Interaktion, Organisation, Gesellschaft (zuerst 1975). In: Ders.: Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. 2. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag 1982, S.9-20. Für die Aufnahme der Luhmannschen Organisationstheorie in der Betriebswirtschaftslehre vgl. David Seidl: Luhmann's theory of autopoietic social systems. Ludwig-Maximilians-Universität München, Munich School of Management 2004 (Münchner betriebswirtschaftliche Beiträge. Munich Business Research, 2004-2), S. 15-21.

⁴⁷ Baecker, Dirk: Womit handeln Banken? Eine Untersuchung zur Risikoverarbeitung in der Wirtschaft. Mit einem Vorwort von Niklas Luhmann. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1991 (stw 946), S. 45.

zu gewinnen.“⁴⁸ Die Organisation löst mithin das Problem der „in den Medien-Codes festgelegten Kovertibilitätssperren.“⁴⁹

Nehmen wir als Beispiel den Bildungsbereich als Interpenetrationszone zwischen der Gesellschaft bzw. deren Subsystemen und der Kultur. Als Organisationen fungieren Schulen und Hochschulen. Über die Medien Macht, Geld und Einfluß fließen Selektionen aus den gesellschaftlichen Subsystemen der Politik, der Wirtschaft und dem „gesellschaftlichen Gemeinwesen“ in die Bildungsorganisationen ein. In Schulen und Hochschulen verknüpfen sich die Selektionsprozesse dieser Medien mit kulturellen Mustern, d.h. mit Wertbindungen. Die spezifischen Entscheidungen in Bildungsorganisationen, die eine solche Verknüpfung herstellen, wenden Entscheidungen auf Entscheidungen an. Sie dokumentieren sich in Noten, Zeugnissen, Abschlüssen etc. In unseren Bildungseinrichtungen, die als Teil des „kulturellen Treuhandsystems“ gelten, ist es üblich, nach dem Wertmuster kognitiver Rationalität zu entscheiden. Infolgedessen werden im Laufe des Bildungsprozesses die Selektionsmuster von Macht, Geld und Einfluß mit kulturellen Wertstandards übercodiert (= ein zweites Mal codiert). Dagegen werden in Gesellschaften, welche die Bildungseinrichtungen den Funktionssystemen der Politik oder Wirtschaft überantworten, die Wertmuster kognitiver Rationalität nach Selektionskriterien der Macht oder des Geldes übercodiert. Betrachtet man die Codes, die die Medien steuern, ist in beiden Fällen von einer doppelten Codierung auszugehen. Bei ihren Entscheidungen legen die Organisationen den Wert der einzelnen Medien fest, der ihnen bei der Konvertierung zukommt. Sie stellen in diesem Sinne ‘Börsenplätze’ dar, an denen der ‘Kurs’ des jeweiligen Mediums ermittelt wird.

Ich schlage vor, die Medienkonvertierung in Organisationen als Medienverknüpfung und diese als Doppel- bzw. Mehrfachcodierung zu konzeptualisieren. Der Input von Organisationen besteht aus Selektionen mindestens zweier Systeme, die durch die jeweiligen Medien übertragen werden. Den Output von Organisationen bilden Medienkonfigurationen, die durch Übercodierung bzw. Doppel- oder Mehrfachcodierung entstehen. Die organisationsspezifischen Entscheidungsprozesse wenden Medien auf Medien, d.h. Selektionsmuster auf Selektionsmuster an. Indem Organisationen solche Entscheidungsprozesse auf Dauer stellen, stabilisieren sie die Interaktion von Systemen „durch wechselseitigen Transfer systemspezifischer Selektionen;“ sie bringen aus den beteiligten Mediencodes „neue komplexere Selektionsmuster“ hervor.⁵⁰ Solche Selektionsmuster lassen sich von den Codes mehrerer Medien ‘lesen’ und ‘laufen’ in unterschiedlichen Systemen.⁵¹ Meyer / Ort haben in diesem Sinne vorgeschlagen, Literatur „als historisch variable Kombination von jeweils mehreren, ineinander konvertierbaren Mediencodes“ zu verstehen. Diesen Vorschlag nehme ich im folgenden Kapitel auf.

⁴⁸ Luhmann: Macht, S. 101.

⁴⁹ Luhmann, S. 103.

⁵⁰ Meyer, Friederike / Ort, Claus-Michael: Literatur als soziales Interaktionsmedium. Zum Verhältnis von strukturaler Literaturwissenschaft und funktionalistisch-systemtheoretischen Ansätzen in der Soziologie. In: SPIEL 3/1 (1984), S.67-97. Hier S. 80.

⁵¹ Meyer / Ort, S. 81.

Organisationen führen aber nicht nur Mehrfachcodierungen durch. Sie steuern zusätzlich die Menge der durch sie erzeugten Medienverbindungen. Als Steuerungsinstrument dienen beschränkte Kapazitäten, die sich in Stellen quantifizieren lassen. Bei staatlichen Organisationen werden die Stellen nach Anzahl und Position (Stellenkegel) im Haushalt festgelegt, bei privatwirtschaftlichen Unternehmen regeln Wirtschaftlichkeitsüberlegungen den Personaleinsatz. Luhmann spricht - unter Verwendung der hier nicht aufgenommenen Figur von Medium und Form - vom „Stellenmedium der Organisation“, das der Respezifizierung des Mediums Geld dient.⁵² Sowohl bei staatlichen Organisationen wie bei privatwirtschaftlichen Unternehmen entscheiden die budgetierten Stellen über die Produktionskapazitäten mehrfach codierter Medien.

Organisationen gehen arbeitsteilig vor, indem sie eine Aufgabe in Sequenzen zerlegen und die einzelnen Arbeitsschritte nacheinander erledigen. Dadurch kommt es zu differierenden Anforderungen an die Arbeitsplätze, mithin zu einer Ausdifferenzierung von Rollen, die sich zum Rollenmuster einer Organisation zusammenfügen. Im Rahmen von Organisationen, die Medien auf Medien anwenden, bilden sich Stellen für Fachleute beider Medien heraus - wenn es sich um eine Organisation handelt, die kulturelle und wirtschaftliche Wertmuster verbindet, also für die kulturellen und die wirtschaftlichen Belange. Die Rolle wird von dem Wertmuster, das von dem Medium des jeweiligen Subsystems übertragen wird, geprägt. Im Sinne von Parsons lassen sich die kulturellen und wirtschaftlichen Rollenhandlungen als Ergebnis einer Internalisierung des subsystemspezifischen Wertmusters, d.h. als Sozialisierung und Bildung im jeweiligen Subsystem konzeptualisieren. Theoriebautechnisch erfolgt über das „Stellenmedium“ eine Interpenetration zwischen dem Kultur- und Personalsystem.⁵³ Es ist außerdem zu erwarten, daß sich in Organisationen Spezialisten für die Mehrfachcodierung herausbilden. Genau dies werden wir beim Buchverlag beobachten.

Zur Überbrückung der Distanz von Entscheidung zu Entscheidung dienen in Organisationen spezifische Erwartungsstrukturen. „Indem Entscheidungen an Entscheidungen anknüpfen und auf Entscheidungen vorgreifen, bildet sich eine zeitliche Rekursivität heraus, innerhalb deren Strukturen sowohl eingeführt als auch getestet, umgangen und aufgelöst werden können.“⁵⁴ Erwartungsstrukturen generalisieren die „Einheit einer Entscheidung“, nämlich „die gerichtete Relation zwischen Alternativen.“⁵⁵ Sie werden durch „Rationalitätsschemata“ stabilisiert, welche „die zu relationierenden Elemente (Entscheidungen) wiederum als Relationen“ darstellen, z.B. als Relation zwischen Zweck und Mittel, Regel und Fall, auslösender Bedingung und ausgelöster Handlung.⁵⁶ In unserem Fall, der Medienkonvertierung, dienen Rationalitätsschemata der Relationierung von zwei Medienco-

⁵² Luhmann: Die Wirtschaft der Gesellschaft, S. 310.

⁵³ Meyer / Ort: Konzept eines struktural-funktionalen Theoriemodells, S. 121, in Anlehnung an Münch, Richard: Theorie des Handelns. Zur Rekonstruktion der Beiträge von Talcott Parsons, Emile Durkheim und Max Weber. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1982.

⁵⁴ Baecker: Womit handeln Banken? S. 46.

⁵⁵ Luhmann: Organisation und Entscheidung, S. 338.

⁵⁶ Luhmann, S. 344.

des bzw. Kulturmustern. Mit ihnen werden Entscheidungsprämissen für Folgeentscheidungen festgelegt bzw. „Entscheidungen über die Bedingungen richtigen Entscheidens“ bei der Konvertierung von Medien getroffen.⁵⁷ Mit Hilfe solcher Schemata bauen Organisationen in Interpenetrationszonen eigenspezifische Komplexität auf. Als die entsprechenden Rationalitätsschemata von Buchverlagen werde ich deren Programme ansprechen.

3 Grundlegung einer Theorie des Buchverlags

Aus den bislang entwickelten Theoriebausteinen setzt sich die Theorie des Buchverlags zusammen.

Buchverlage sind Organisationen, die das Medium des „kulturellen Treuhandsystems“, Wertbindungen (*commitments*), in das Medium des Wirtschaftssystems, Geld, konvertieren. Sie verknüpfen den Selektionstransfer des Mediums Wertbindung aus dem kulturellen Subsystem mit dem Selektionstransfer des Mediums Geld aus dem wirtschaftlichen Subsystem der Gesellschaft. Sie realisieren diese Medienkonvertierung in Gestalt einer Doppelcodierung. Auf diese Weise entsteht das gedruckte Buch, das auf der einen Seite seinen kulturellen (oder im engeren Sinne literarischen, wissenschaftlichen etc.) Wert und auf der anderen Seite seinen wirtschaftlichen Wert hat. Der kulturelle (bzw. literarische, wissenschaftliche) Wert wird in der Kritik, der wirtschaftliche auf dem Markt festgestellt. Indem der Buchverlag wirtschaftliche auf kulturelle oder kulturelle auf wirtschaftliche Entscheidungen anwendet, organisiert und stabilisiert er einen wechselseitigen Transfer systemspezifischer Selektionen aus den Bereichen der Kultur und Wirtschaft. Als Organisation gehört der Buchverlag der Interpenetrationszone zwischen diesen beiden Subsystemen der Gesellschaft an.

„Books are different.“ Dieser Leitsatz, wonach die Gesetze des Marktes für Bücher als „geistige Ware“ nur eingeschränkte Gültigkeit haben,⁵⁸ ist in Deutschland kulturpolitisch weitgehend anerkannt. Das *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen* (GWB, § 16), vulgo Kartellgesetz, ließ seit 1974, als die Preisbindung für Markenartikel fiel, eine Preisbindung letzter Hand für Verlagserzeugnisse weiterhin zu. Mit dem *Gesetz zur Regelung der Preisbindung bei Verlagserzeugnissen* (BuchPrG) vom 2. September 2002 wurde die Preisbindung, die bislang nur auf privatrechtlicher Grundlage geregelt war, gesetzlich verbindlich vorgeschrieben. Die Preisbindung von Verlagserzeugnissen geht auf die Krönersche Reform des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig (1878-1888), der Interessenvertretung *aller* Handelsstufen des Buchhandels, zurück.⁵⁹ Im Zuge

⁵⁷ Luhmann; S. 365f.

⁵⁸ Bramann, Klaus Wilhelm / Merzbach, Joachim / Münch, Roger: *Sortiments- und Verlagskunde*. München u.a.: Saur 1993 (Grundwissen Buchhandel - Verlage 2), S. 57-68. Die zitierten Lehrbücher stehen exemplarisch für Wissensstand und Meinungsbildung in der Buchbranche.

⁵⁹ Zur Krönerschen Reform vgl. Titel, Volker: *Von der Gründung des Börsenvereins bis zur Krönerschen Reform (1825-1888)*. In: Füssel, Stephan / Jäger, Georg / Staub, Hermann (Hg.): *Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels 1825-2000. Ein geschichtlicher Aufriss*. Frankfurt a.M.: Buchhändler-Vereinigung 2000, S. 30-59. Hier S. 48-56. Die Quellen, in denen sich die Herausbildung der Argumente für die Preisbindung verfolgen läßt, liegen gedruckt vor: *Die Reformbewe-*

der Krönerschen Reform bildete sich der Legitimationsdiskurs für die Preisbindung heraus, der vor allem auf deren kulturpolitische Vorteile abhebt:⁶⁰ Die Preisbindung sichert ein vielfältiges Titelangebot und ein breitgestreutes Buchhändlernetz. Über den Zweck des BuchPrG heißt es entsprechend in § 1:

Das Gesetz dient dem Schutz des Kulturgutes Buch. Die Festsetzung verbindlicher Preise beim Verkauf an Letztabnehmer sichert den Erhalt eines breiten Buchangebots. Das Gesetz gewährleistet zugleich, dass dieses Angebot für eine breite Öffentlichkeit zugänglich ist, indem es die Existenz einer großen Zahl von Verkaufsstellen fördert.

Die Festsetzung des Ladenpreises, so sieht es der Legitimationsdiskurs, macht es den Verlagen möglich, im Rahmen einer Mischkalkulation kulturell wertvolle Titel innerbetrieblich zu subventionieren.

In systemtheoretischer Perspektive zeugt diese Diskussion von dem gesellschaftlichen Bewußtsein einer doppelten Referenz des Buchhandels auf Kultur und Wirtschaft. Die Politik als das Subsystem der Gesellschaft, das der gesamtgesellschaftlichen Zielerreichung und dem Ausgleich kollektiver Interessen dient,⁶¹ trägt diesem Umstand durch eine rechtliche Sonderstellung des Buchhandels Rechnung. Dadurch erhält die Interpenetrationszone zwischen Kultur und Wirtschaft, in der der Verlag operiert, eine eigenspezifische normative Hintergrundstruktur.

Der Begriff Buch⁶² im Sinne des BuchPrG (§ 2) umfaßt neben dem, was in den herstellenden und verbreitenden Kreisen üblicher Weise so bezeichnet wird, auch Musiknoten, kartographische Produkte, „Produkte, die Bücher, Musiknoten oder kartographische Produkte reproduzieren oder substituieren und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlags- und buchhandelstypisch anzusehen sind“ sowie „kombinierte Objekte“ (Hypermedien). Die Transformation vom Manu- bzw. Typoskript ins Buch, d.h. der Vorgang der Herstellung, erfordert eine Kapitalinvestition. Bereits bei der Entwicklung des Buchdrucks durch Gutenberg gingen technische Innovationen (Handgießinstrument, Drucken mit beweglichen Lettern) mit deren wirtschaftlicher Nutzung eine Symbiose ein. Die Verbindung von Technologie und (Früh)Kapitalismus machte die soziale Sprengkraft des Buchdrucks aus. Wie Giesecke gezeigt hat,⁶³ besteht das informationstheoretische Grundprinzip der Gutenbergschen Entwicklung in einer mehrfachen Spiegelung informativer Muster, die eine Vervielfältigungspyramide in Gang bringen und dadurch Produktivität freisetzen. Der Buchdruck bildet Merkmale industrieller Produktion aus:

gung im Deutschen Buchhandel 1878-1889. Hg. vom Vorstand des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler. 3 Bde. Leipzig: Börsenverein 1908-1912. Eine neuere Monographie zur Geschichte der Buchpreisbindung in Deutschland fehlt.

⁶⁰ Franzen, Hans: Die Preisbindung des Buchhandels. 3.Aufl. München: Beck 1987, S. 8-16.

⁶¹ Meyer / Ort: Konzept eines struktur-funktionalen Theoriemodells, S. 128f.

⁶² Zum Begriffsumfang vgl. Rautenberg, Ursula / Wetzel, Dirk: Buch. Tübingen: Niemeyer 2001 (Grundlagen der Medienkommunikation 11), S. 2f. und Rautenberg, Ursula (Hg.): Reclams Sachlexikon des Buches. 2. Aufl. Stuttgart: Reclam 2003, Art. Buch.

⁶³ Giesecke, Michael: Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1991. Dazu Jäger: Die theoretische Grundlegung in Gieseckes „Der Buchdruck in der frühen Neuzeit“. Kritische Überlegungen zum Verhältnis von Systemtheorie, Medientheorie und Technologie. In: IASL 18/1 (1993), S. 179-196.

Normierung (Produktion maßidentischer Einheiten in beliebiger Zahl) durch Mechanisierung des Gieß- und Druckvorganges, Arbeitsteiligkeit und getrennte Organisation der Arbeitsschritte (Schriftgießerei, Setzerei, Druckerei, Binderei usw.), Linearität des Arbeitsablaufs mit Rückkopplungsmöglichkeiten bzw. Korrekturläufen. Der Buchdruck erhöhte sprunghaft die Fähigkeit zur „multiplicatio librorum“, indem er für eine schnelle Vervielfältigung, eine Verbilligung der Abschriften und eine Standardisierung der Texte sorgte. Diese protoindustriellen Merkmale machten den Buchdruck zu einem gewinnbringenden Anlageobjekt.

Der Buchverlag als Organisation dekomponiert die Entscheidungsprozesse. „Ein Entscheidungsproblem muß in Einzelschritte zerlegt werden, die jeweils für sich vollzogen werden können und besser überblickbare Alternativen zur Entscheidung bringen.“⁶⁴ Gemäß der Anwendung von wirtschaftlichen auf kulturelle Entscheidungsprozesse (oder umgekehrt) differenzieren sich die Bereiche aus. Der Bereich des kulturellen Inputs, d.h. der Kontakt zu Autoren und die Betreuung ihrer Manuskripte mit dem Ziel der Akquisition von Verwertungsrechten, wird vom Lektorat, der wirtschaftliche Output von der Abteilung Verkauf und Vertrieb betreut. Die Transformation vom Manuskript ins Buch, mithin die Zweitcodierung durch den Druck,⁶⁵ wird von der Herstellung geleitet und in der Regel von beauftragten Fremdfirmen (Setzerei, Druckerei, Binderei) durchgeführt. Die Handlungsrollen in den Abteilungen Lektorat, Herstellung und Verkauf / Vertrieb werden von Wertmustern der kulturellen, technologischen und wirtschaftlichen Felder geprägt. Es gibt unterschiedliche Ausbildungswege und Laufbahnstrukturen, eigene Arbeitskreise und Weiterbildungsmöglichkeiten. Da der Buchverlag eine Interpenetrationszone zwischen Kultur und Wirtschaft bildet, gliedert er sich intern in diese zweifache, kulturelle und wirtschaftliche Entscheidungsstruktur, die er vermittelt. „Bei einer zweiköpfigen Verlagsleitung sind die Verantwortungsbereiche im allgemeinen in den Programmbereich und die kaufmännische Verlagsleitung geteilt“, wobei zumeist die Cheflektoren sowie die Leiter der Werbe-, Presse- und Lizenzabteilungen dem Verlagsleiter Programm, die Leiter der Abteilungen Herstellung, Verkauf und Vertrieb sowie das Rechnungswesen der kaufmännischen Verlagsleitung unterstehen.⁶⁶ Das zentrale Problem der innerbetrieblichen Entscheidungsfindung, die Anwendung wirtschaftlicher auf kulturelle Selektionskriterien, kann durch Programmkonferenzen gelöst werden.⁶⁷ Die letzte Entscheidung liegt beim Verleger selbst. Der Verleger vereinigt in sich zwei Rollen, die der „kulturell-gesellschaftlichen Sonderstellung der Verlage“ entsprechen: „Kulturvermittlung und kaufmännisches Vorgehen“.⁶⁸

⁶⁴ Luhmann: Organisation und Entscheidung, S. 344.

⁶⁵ Zum Problembereich der Zweitcodierung vgl. Wehde, Susanne: Typographische Kultur. Eine zeichentheoretische und kulturgeschichtliche Studie zur Typographie und ihrer Entwicklung. Tübingen: Niemeyer 2000 (Studien u. Texte zur Sozialgeschichte der Literatur 69).

⁶⁶ Röhring, Hans Helmut: Wie ein Buch entsteht. Einführung in den modernen Buchverlag. 5. Aufl. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft 1992, S. 20.

⁶⁷ Röhring, S. 172.

⁶⁸ Bramann / Merzbach / Münch: Sortiments- und Verlagskunde, S. 99.

Unter Marketinggesichtspunkten⁶⁹ wird heute ein Verlag vom Markt her geführt, d.h. *alle* Entscheidungen werden im Hinblick auf Märkte und Zielgruppen getroffen. Dies verändert die Stellung des Cheflektors (Planungslektor, *acquisition editor*), der zu einem Marketingexperten wird. In seiner Person vereinigt sich das Beschaffungsmarketing (d.h. Autorenakquisition) mit dem Absatzmarketing. Der Lektor erhält Ertragsverantwortung und betreibt „Produktentwicklung aus den Gegebenheiten und Bedürfnissen des Marktes“.⁷⁰ Ein markantes Datum für die Führung des Verlages vom Markt her ist die Anwendung der Portfolio-Methode, die aus dem Finanzanlagebereich in das Marketingdenken übernommen wurde. Die Portfolio-Methode dient der betriebswirtschaftlichen Darstellung des Verlagsprogramms. „Es wird die Frage erörtert, welchen Beitrag zur Zielerreichung und Finanzierung eines Verlages die einzelnen Werke oder Reihen leisten.“⁷¹ Doch diese Umorientierung auf den Markt hin verändert nicht die gesellschaftliche Stellung des Verlages zwischen Kultur und Wirtschaft. Der Buchverlag konstatiert bei seinen Entscheidungen, die den Code der Wirtschaft auf den Code der Kultur anwenden, lediglich den geringeren Wert des kulturellen Wertmusters (Wertbindung) gegenüber dem wirtschaftlichen Wertmuster (Haben / Nichthaben). Sollte sich in den Verlagen eine Führungskultur herausbilden, die über Programme und Titel ausschließlich nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten entscheidet, so wäre der Preisbindung die Legitimationsgrundlage entzogen.

Programmpolitik wird „als bewußte Planung und aktive Gestaltung des Produktionsangebots eines Verlages“⁷² definiert. In der Programmpolitik realisiert sich die Entscheidung, die der Verlag als Organisation im Interpenetrationsbereich von Wirtschaft und Kultur zwischen wirtschaftlichen und kulturellen (literarischen, wissenschaftlichen etc.) Selektionskriterien trifft. „Hier liegt die Nahtstelle von literarischem Gespür und wirtschaftlichem Denken; nur wo beides dauerhaft realisiert wird, kann von erfolgreicher Programmpolitik die Rede sein.“⁷³

Der „massenmediale Programmbegriff“⁷⁴ umfaßt - im Unterschied zu einem bloßen Regelwerk für das Betriebssystem eines Rechners - die Ankündigung von Darbietungen, Produktionen, Sendungen bzw. Veranstaltungen ebenso wie das Angekündigte selbst. Verlagsprogramme haben deshalb eine Außen- und eine Innen-

⁶⁹ Vorherrschend ist das integrierte Marketingverständnis: „Marketing ist marktorientiertes Denken und Handeln, ist steuernde Funktion zur Ausrichtung aller einzelwirtschaftlichen Aktivitäten an Märkten und Zielgruppen.“ Meyer, Anton / Mattmüller, Roland: Marketing. In: Corsten, Hans (Hg.): Handbuch der Betriebswirtschaftslehre. 3. Aufl. München: Oldenbourg 1999, S. 812. Vgl. zusammenfassend Meffert, Heribert: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele. 9. Aufl. Wiesbaden: Gabler 2000.

⁷⁰ Lucius; Wulf D. von: Lektorat und Marketing im Wissenschaftlichen Verlag. Ein Praxisbericht. In: IASL 19/1 (1994), S.33-49. Hier S. 41.

⁷¹ Bramann / Merzbach / Münch: Sortiments- und Verlagskunde, S. 166.

⁷² Röhring: Wie ein Buch entsteht, S. 168.

⁷³ Röhring, S. 176.

⁷⁴ Hickethier, Knut: Aspekte der Programmtheorie des Fernsehens. In: Communications 16/3 (1991), S.329-345. Hier S. 329f. Ders.: Dispositiv Fernsehen, Programm und Programmstrukturen. In: Ders. (Hg.): Institution, Technik und Programm. Rahmenaspekte der Programmgeschichte des Fernsehens. München: Fink 1993 (Geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik Deutschland 1), S.171-243. Hier S. 174.

perspektive. Ein Programm steht für „Präsentationskontinuität“⁷⁵ des Verlages seinen Kunden, den Buchhändlern wie den Lesern gegenüber. Qualität, Schwerpunktsetzung und Meinungsrichtung des Programms prägen wesentlich das „Verlagsgesicht“. d.h. das Image des Verlages in der inner- und außerbuchhändlerischen Öffentlichkeit.⁷⁶ Im Programm dokumentiert sich das kulturpolitische Selbstverständnis des Verlages, es hat „Verbundwirkungen“ beim Sortiment; programmatische Schwerpunkte erleichtern die „Beschaffungswerbung“ (Autorenakquisition) und die Öffentlichkeitsarbeit.⁷⁷ Ein gelungenes Programm kann somit zu einem hohen Maß an Identifikation zwischen dem Verleger, den Verlagsmitarbeitern, den Buchhändlern sowie den Stammautoren, Kritikern und Lesern führen, die sich gemeinsam gleichen kulturellen Werten verpflichtet fühlen. Innerbetrieblich stellen Verlagsprogramme „Rationalitätsschemata“ dar, welche die zu relationierenden Entscheidungen des kulturellen und wirtschaftlichen Subsystems der Gesellschaft wiederum als Relationen⁷⁸ darstellen, die zur Entscheidung gebracht werden. Unter der Programmstrategie läßt sich - in Anlehnung an Knut Hickethiers Programmtheorie für das Fernsehen - die längerfristige zielorientierte Planung der Produktion unter Berücksichtigung der Konkurrenzsituation auf dem Beschaffungs- und Absatzmarkt sowie der Bedürfnislage und des Kaufverhaltens des Publikums verstehen. Die Portfolio-Methode erlaubt - wie oben angedeutet - eine betriebswirtschaftliche Rentabilitätsanalyse des Programms. In welchem Verhältnis kulturelle und wirtschaftliche Selektionskriterien in die Programm-entscheidungen einfließen, ist eine empirische Frage, doch werden von den wirtschaftlich geführten Buchverlagen Kultur und Kommerz generell vermittelt. Der Verlagsbereich kennt nicht das duale System von Rundfunk und Fernsehen, wo öffentlich-rechtliche, durch Gebühren abgesicherte Anstalten (mit einem „kulturellen Auftrag“⁷⁹) den kommerziellen, aus Werbeeinnahmen finanzierten Sendern gegenüberstehen. Durch Reihenbildung läßt sich das Verlagsprogramm diversifizieren. Das Prinzip der Reihenbildung, das seit den letzten Dezennien des 19. Jahrhunderts im Buchhandel explosionsartig zunahm,⁸⁰ stellt die Reflexivform des Programms, d.h. die Anwendung des Programms auf sich selbst, dar.

Die skizzierte Grundlegung einer Theorie des Buchverlags bietet die Vorteile einer Gesellschaftstheorie. Sie verortet den Verlag als Organisation in der Interpenetrationszone von Kultur und Wirtschaft. Dem Verlag kommt damit eine Steuerungsfunktion in der Konvertierung der Medien beider Systeme, Wertbindung und Geld, zu. Mit dieser Modellierung scheint mir ein deutlicher Erkenntnisgewinn verbunden.

⁷⁵ Hickethier, Knut: Apparat - Dispositiv - Programm. Skizze einer Programmtheorie am Beispiel des Fernsehens. In: Ders. / Zielinski, Siegfried (Hg.): Medien / Kultur. Schnittstellen zwischen Medienwissenschaft, Medienpraxis und gesellschaftlicher Kommunikation. Knilli zum Sechzigsten. Berlin: Spiess 1991, S.421-447. Hier S. 426.

⁷⁶ Bramann / Merzbach / Münch: Sortiments- und Verlagskunde, S. 116.

⁷⁷ Bramann / Merzbach / Münch, S. 166-169.

⁷⁸ Luhmann: Organisation und Entscheidung, S. 344.

⁷⁹ Hickethier: Dispositiv Fernsehen, S. 229.

⁸⁰ Jäger; Georg: Medien. In: Handbuch der deutschen Bildungsgeschichte, Bd.IV 1870-1918. Von der Reichsgründung bis zum Ersten Weltkrieg. Hg. v. Christa Berg. München: Beck 1991, S.473-499. Hier S. 476.

Die gegenwärtige Verlagstheorie bestimmt den Verlag über seine Funktion als Vermittler. Bramann / Merzbach / Münch sprechen in diesem Sinne von der „Rolle des Vermittlers von Informationen zwischen dem Autor und dem Publikum. Aus dieser Vermittlungsfunktion heraus resultiert eine besondere Stellung der Verlage im gesellschaftlichen Kommunikationsfeld.“⁸¹ Die Verlagsgeschichtsschreibung orientiert sich traditionell an Personen oder Werken. In den Firmenfestschriften wird die Verlegerpersönlichkeit zur Bezugsgröße, bei Eigentümergebietungen gibt die Abfolge der Generationen eine historische Gliederung vor. In den beliebten Studien zu Autor-Verleger-Beziehungen wird die Autorphilologie zur Bezugsgröße. „In der Regel wird dabei der Briefwechsel mit Verlegern eines hinlänglich bekannten Literaten entlang der Publikationsgeschichte seiner Werke ausgewertet.“⁸² Anspruchsvolle Verlagsgeschichten erweitern die personalen Bezugspunkte um buchhandelsgeschichtliche, kultur- und sozialgeschichtliche, fallweise auch um betriebswirtschaftliche Faktoren. So richtet sich z.B. Wittmanns Erkenntnisinteresse bei der Geschichtsschreibung des Metzler-Verlages darauf, „zu einer Sozialgeschichte der literarischen Vermittlung beizutragen - zu untersuchen also, wie im Laufe der Jahrhunderte unter wechselnden kulturellen, politischen, sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen die kommerzielle Herstellung und Verbreitung von Geistesgut aussah, aber ebenso, wie dieser Vermittlungsprozeß seinerseits einwirkte auf die Produktion und Rezeption von Büchern.“⁸³ Die in diesen Beispielen verwendete Begrifflichkeit sollte neu konzipiert werden. Die zugrunde gelegten Begriffe von Information, Kommunikation und Medium halten im Kern an der „Röhrenmetaphorik“ fest, wonach Kommunikation auf den Austausch von Botschaften zwischen Sender und Empfänger und das Medium auf eine Art Röhre zum Transport dieser Botschaften reduziert wird.⁸⁴ Zwar wird die Röhrenmetaphorik durch das Engagement und die Initiative, die dem Verleger beim Produktmanagement über die technische Herstellung hinaus zugesprochen wird, sowie durch Rückkopplungen im Kommunikationsprozeß relativiert, aber eben nicht aufgehoben.

Der systemtheoretische Kommunikationsbegriff, wie ihn Luhmann ausgearbeitet hat, differenziert und synthetisiert die drei Komponenten von Information, Mittei-

⁸¹ Bramann / Merzbach / Münch: Sortiments- und Verlagskunde, S. 99.

⁸² Breuer, Ulrich: Rezension über Ulrich Koller: Wilhelm Raabes Verlegerbeziehungen. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1994 (Palaestra 296). In: IASL 21/1 (1996), S. 246-253. Hier S. 247.

⁸³ Wittmann, Reinhard 1982: Ein Verlag und seine Geschichte. Dreihundert Jahre J.B.Metzler. Stuttgart: Metzler 1982, S. 9. Die günstige Quellenlage ermöglicht es Florian Triebel (Der Eugen-Diederichs-Verlag 1930-1949. Ein Unternehmen zwischen Kultur und Kalkül. München: Beck 2004 [Schriftenreihe zur Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 13]) die wirtschaftliche Entwicklung des Verlags programmatisch herauszuarbeiten. Zum Stand der Diskussion vgl. das von Monika Estermann, Georg Jäger und Siegfried Lokatis moderierte, im Aufbau begriffene Forum „Probleme der Geschichtsschreibung des Buchhandels“ in IASLonline. URL: <<http://iasl.uni-muenchen.de/>>, Foren.

⁸⁴ Krippendorff, Klaus: Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation. In: Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994, S. 79-113. Hier insbesondere S. 85-87, 91f. Vgl. Faulstich, Werner: Medientheorien. Einführung und Überblick. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1991 (Kleine Vandenhoeck-Reihe 1558).

lung und Verstehen (als Einheit der Differenz von Information und Mitteilung⁸⁵). Die Isolierung der Information läßt übersehen, daß Information nur im Rahmen einer Kommunikation, und das bedeutet eines auf Sinn⁸⁶ gerichteten Verstehensprozesses, auftritt. Kommunikation ist das Grundelement jedes Sozialsystems, weil sie einen für die Kommunikationsteilnehmer gemeinsamen Sinn aufbaut. Eine systemtheoretische Buch- und Medienwissenschaft thematisiert darum nicht in erster Linie das Buch als technisches Speichermedium, wie es der Verlag herstellt und der Buchhandel verbreitet, sondern „die sozialorganisatorischen Produktions-, Rezeptions-, Distributions- und Verarbeitungsbedingungen *literarischer Wirklichkeitskonstruktionen*.“⁸⁷ An diesem Prozeß literarischer Wirklichkeitskonstruktion sind Verlage auf bestimmte Weise beteiligt. Die Eigenspezifik der Verlage als Organisationen im Interpenetrationsbereich zwischen Kultur und Wirtschaft besteht eben darin, kulturelle und wirtschaftliche Wertmuster zu verbinden und zu tauschen. Wo die Verlage Unternehmen in einer kapitalistischen Wirtschaft sind, nehmen sie mit Hilfe des Codes der Wirtschaft (Haben/Nichthaben) Einfluß auf kulturelle Entscheidungen. Denn nur die vom Vorlag übercodierten (ein zweites Mal codierten) Selektionen haben über ihren kulturellen Wert hinaus auch ihren Preis auf dem Markt. Ein Teil dieses Gewinns, den der Verlag mit dem kulturellen (literarischen, wissenschaftlichen etc.) Input macht, fließt als Output des Wirtschaftssystems in Gestalt von Honoraren in das „kulturelle Treuhandsystem“ zurück und trägt zu dessen Finanzierung bei.

Im „Gutenberg-Syndrom“⁸⁸ sind die Elemente Buch, Druck und Verlag zu einer Einheit verschmolzen. Diese Elemente haben von ihrer Herkunft her nichts miteinander zu tun und trennen sich heute wieder zusehends. Dieser Wandlungsprozeß, der durch die Informationstechnologie vorangetrieben wird, kann hier nicht behandelt werden.⁸⁹ Zu seiner Thematisierung bieten sich jedoch die skizzierten Dimensionen der Verlagstheorie an.

4 Offene Probleme

Weitgehend ungelöst ist die Struktur von mehrfachcodierten bzw. kombinierten Medien. Um dieses Problem zu bearbeiten, müßte der semiotische Bau der einzelnen Medien miteinander verglichen werden. Parsons hatte bei der Ausarbeitung seiner Medientheorie Sprache und Geld vor Augen. Parsons - und in seiner Nach-

⁸⁵ Luhmann, Niklas: Die Wissenschaft der Gesellschaft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1990, S. 24. Zur Begründung und Explikation des Kommunikationsbegriffs vgl. ders.: Soziale Systeme, S. 191 ff.

⁸⁶ Luhmann: Soziale Systeme, S. 92-147.

⁸⁷ Ort, Claus-Michael: Literaturwissenschaft als Medienwissenschaft. Einige systemtheoretische und literaturgeschichtliche Stichworte. In: Faulstich, Werner (Hg.): Medien und Kultur. Beiträge zu einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneburg. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1991 (LiLi, Beih. 16), S. 51-61. Hier S. 52.

⁸⁸ Schönstedt, Eduard: Der Buchverlag. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing. Stuttgart: J.B. Metzler 1991, S. 3.

⁸⁹ Am Beispiel der Wissenschaftskommunikation habe ich die Wandlungsprozesse zu erfassen versucht. Jäger, Georg: Vom Text der Wissenschaft. Überlegungen zum Wandel des Textbegriffs im Rahmen vernetzter EDV-Kommunikation. In: Jochum, Uwe / Wagner, Gerhard (Hg.): Am Ende - das Buch. Semiotische und soziale Aspekte des Internet. Konstanz: UVK, Universitäts-Verlag

folge Jensen - haben die Medien zwar als „Zusatzrichtungen zur Sprache“⁹⁰ bezeichnet, jedoch alle Medien nach dem Muster des Geldes zu modellieren versucht.⁹¹ Da es sich beim Verlag um eine Kombination von Geld und Wertbindung in sprachlicher Form handelt, ist für unseren Zweck der Vergleich des Geldes mit der Sprache von zentraler Bedeutung.

Meyer / Ort betonen zurecht, daß der Medientheorie eine Denkfigur zugrunde liegt, die „zu einem grundbegrifflichen Topos der strukturalen Linguistik und der Zeichentheorie geworden ist. Gemeint ist der Vorgang der Selektion aus einem normativ-institutionell relativ stabilen Hintergrund von Wahlmöglichkeiten, den jeder Selektionsakt voraussetzt“.⁹² Wie jeder Sprechakt, so läßt sich auch „jeder >sinnhafte< soziale Handlungsakt als selektive Aktualisierung einer institutionalisierten Hintergrundstruktur verstehen, welche auch andere Selektionen ermöglicht und die Verwendung des jeweiligen Mediums >regelt<.“⁹³ Der Ansatz von Parsons verlange deshalb „nach einer konzeptuellen Integration von Medien- und Zeichentheorie.“⁹⁴ Nimmt man in diesem Sinne einen Vergleich von Geld und Sprache vor, so fallen entscheidende Unterschiede auf:

- Geld steht als Symbol für das, wofür es ausgegeben wird (bestimmte Bedürfnisse), generalisiert aber die Möglichkeit der Bedürfnisbefriedigung: Es kann für all das ausgegeben werden, was für Geld zu haben ist. Das Medium Geld dient mithin zur Übertragung von Komplexität „in der Form der Freiheit beliebiger Reduktion.“⁹⁵ Die Fähigkeit zur Übertragung nicht reduzierter Komplexität unterscheidet Geld von Sprache. Jede sprachliche Äußerung erhält nur als Komplexitätsreduktion Sinn. Die Wahl der Worte und ihrer Verbindung erfolgt vor dem Horizont alternativer sprachlicher Selektionsmöglichkeiten und gewinnt ihre Identität aus dieser Differenz.
- Die Zahlung ist eine Übertragung unter der „Bedingung einer Verlust = Gewinn-Gleichung.“⁹⁶ Dabei gibt der eine das Geld aus, das der andere einnimmt. In sprachlicher Kommunikation hingegen gibt niemand Sprache in dem Sinne aus, daß er sie nachher nicht mehr hat. Da es sich beim Sprechen um Sinnbildung durch Komplexitätsreduktion handelt, setzt die Kommunikation einen geordneten Fundus, einen strukturierten Horizont von Selektionsmöglichkeiten (Sprache als *langue* im Sinne Saussures) voraus. Sprache läßt sich nicht wie Geld besitzen, zu ihrer normativen Hintergrundstruktur zählt nicht das Institut des Eigentums. Erst von dem Moment an, wo in die Sprache investiert worden ist,

Konstanz 1998, S. 55-81.

⁹⁰ Jensen: Aspekte der Medien-Theorie, S. 145. Vgl. Künzler: Grundlagenprobleme. Dazu die Erwiderung von Luhmann, Niklas: Sprache und Kommunikationsmedien. Ein schiefelaufender Vergleich. In: Zeitschrift für Soziologie 16/6 (1987), S.467f.

⁹¹ Parsons: Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien; Jensen / Naumann: Commitments.

⁹² Meyer / Ort: Konzept eines struktural-funktionalen Theoriemodells, S. 111.

⁹³ Meyer / Ort, S. 111.

⁹⁴ Meyer / Ort, S. 112.

⁹⁵ Luhmann, Niklas: Wirtschaft als soziales System (zuerst 1970). In: Ders.: Soziologische Aufklärung 1. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme. 5. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag 1984, S.204-231. Hier S. 213.

⁹⁶ Luhmann: Die Wirtschaft der Gesellschaft, S. 247.

wo sie mithin in einem Speicher- und Verbreitungsmedium vorliegt, unterliegt sie den Bedingungen des Mediums Geld.

- Dieser Sachverhalt läßt sich auch so ausdrücken, daß Sprache in der semantischen Dimension qualitativ strukturiert ist, Geld aber nur quantitativ. Wofür Geld ausgegeben wird, ist nur festgelegt durch die Preise all der Waren und Dienstleistungen, die ich mir durch Geld aneignen kann. Zu einer bestimmten Referenz kommt es erst im Moment des Tausches von Geld gegen eine Ware oder eine Dienstleistung.

Diese Unterschiede haben weitreichende Folgen für die sprachliche Kommunikation in einer Gesellschaft. Habermas hat sie medientheoretisch reflektiert. Er unterscheidet Geld und Macht als „symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien, die den Mechanismus sprachlicher Verständigung ablösen und zu einer Technisierung lebensweltlicher Kontexte führen,“ von Einfluß und Wertbindung als „Medien generalisierter Kommunikation“, „die den Mechanismus sprachlicher Verständigung funktional spezifizieren und vereinfachen“.⁹⁷ Wo in der Medienkonfiguration einer Gesellschaft Geld auf Sprache angewandt, Sprache mithin durch Geld übercodiert wird, hat dies gravierende Konsequenzen für die Semantik. Die semantischen Ordnungen verlieren ihre tragende Rolle in der gesellschaftlichen Integration. Auf diese Weise entlastet und freigesetzt, werden semantische Ordnungen spielerisch verfügbar und infolgedessen einem ständigen Prozeß der Dekonstruktion und Rekonstruktion ausgesetzt. Der Umgang mit semantischen Ordnungen wird zu einer wesentlichen Dimension der Semantik selbst. Der Diskurs der Postmoderne hat diesen Zustand beschrieben. Lyotards Diagnose des Verfalls der legitimierenden „großen Erzählungen“ in einer informatisierten Gesellschaft, die von Verwertungsinteressen des Kapitals beherrscht wird,⁹⁸ ließe sich im Rahmen der Medientheorie adäquat rekonstruieren. Für den Zusammenfall semantischer Ordnungen mit einer Steuerung auf Metaebene, die ihrerseits semantisch kontingent ist, hat Hassan⁹⁹ (Welsch 1988: 48) den Begriff der „>Indeterminanz< (Indeterminiertheit als Immanenz)“ eingeführt.

⁹⁷ Habermas, Jürgen: Handlung und System. Bemerkungen zu Parsons' Medientheorie. In: Schluchter, Wolfgang (Hg.): Verhalten, Handeln und System. Talcott Parsons' Beitrag zur Entwicklung der Sozialwissenschaften. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1980 (stw 310), S.68-105. Hier S. 95f.

⁹⁸ Lyotard, Jean-Francois: Das postmoderne Wissen. Ein Bericht. Graz, Wien: Böhlau 1986 (Edition Passagen 7).

⁹⁹ Welsch, Wolfgang (Hg.): Wege aus der Postmoderne. Schlüsseltexte der Postmoderne-Diskussion. Weinheim: VCH, Acta Humaniora 1988, S. 48.