

aus einem Call for Papers hervor, das die Herausgeber 2002, wie sie im Vorwort schreiben, in den »Cyberspace« schickten. Dies erklärt nicht nur die Grenzen und Nationen überschreitende geografische Herkunft der Autoren, sondern stellt zugleich heraus, wie weit sich die Rezeption von Benjamin durch die englische Übersetzung seiner Schriften ausgebreitet hat. Bedenkt man die Weite des geografischen Raums, den die Autoren versammeln, so erstaunt freilich die geringe Differenz in den methodischen Zugängen und die Ähnlichkeit der aufgerufenen Referenztheorien. Die Herausgeber weisen zwar dezidiert auf die Unterschiede zwischen den vorgestellten Beiträgen hin; sie benutzen dafür den Begriff der Heterotopie und beschreiben die Bezüge, welche dem Band seine Kohärenz verleihen, als ein Netz ohne Zentrum, als ein rhizomartiges Gebilde, das man auf dem Umschlag als graphische Abbildung bewundern kann. Doch sind es just diese von Guattari und Deleuze inspirierten Metaphern und Theorien, auf welche auch viele der Beiträge, insbesondere Dag Petersson in seinen Überlegungen zu »Transformations of Readability and Time: A Case of Reproducibility and Cloning«, rekurrieren. So sei, wie Petersson argumentiert, Benjamins Konzept der Aura deswegen im Zeitalter des Klonens nicht mehr zeitgemäß, weil das Klonen die Frage der Originalität und Reproduktion obsolet gemacht habe und stattdessen die Frage nach einem Denken von dynamischen Polyrythmen verlange, in denen die Zeit im Zentrum und richtungslos oszilliere, weder fortschreite, noch sich dialektisch lesen lasse.

Es ist leicht ersichtlich, dass ein solcher Zugang zur Ausgangsfrage, ob die Aura im Zeitalter der digitalen Technik vollends verschwinde oder ob mit einem Wiedererscheinen der Aura gerechnet werden müsse, nicht den Forderungen nach Herstellung einer gewissen Achtungsdistanz durch philologische Genauigkeit entgegenkommt. Das muss jedoch nicht per se schlecht sein, sondern kann, wie etwa der äußerst anregende Aufsatz von David Kelman (»The Inactuality of Aura. Figural Relations in Walter Benjamin's ›On Some Motifs in Baudelaire‹«) zeigt, auch neue Zugänge zu Benjamins Texten eröffnen. Kelman leitet seine Überlegungen mit einem Zitat von Irving Wohlfarth ein, in dem dieser vor einer vereinnahmenden Monumentalisierung und Akademisierung des Benjamin'schen Werks warnt. Im Anschluss bindet er diese Warnung in eine Reflexion über die Frage ein, unter

welchen Bedingungen man über die Aktualität der Aura sprechen könne.

Hat man sich einmal auf das in vielen der versammelten Studien praktizierte »konstruktive« Verfahren im Umgang mit dem Konzept der Aura angefreundet, so wird man schnell feststellen, dass die Lektüre zwar nicht immer neue Einsichten in das Werk Benjamins, aber doch einen Eindruck davon vermittelt, wie mit den Konzepten Benjamins neue theoretische Gebäude konstruiert werden können, welche die Fragen unserer Zeit aufnehmen. Eine Ausnahme ist freilich der Beitrag »Is There an Answer to the Aestheticization of the Political?« des in Chicago lehrenden Peter Fenves. Er verfolgt in bester philosophisch-historischer Manier Benjamins Gebrauch des Begriffs der Ästhetik zurück bis zu den Griechen und weist von hier aus nach, dass Benjamins Konzept der Ästhetik eine spezifische Antwort auf die von Baumgarten begründete Disziplin der Ästhetik als Wissenschaft der sinnlichen Erkenntnis darstelle. Ohne Wahrnehmungsapparat, so seine Antwort auf die Frage, ob es eine Antwort auf die Ästhetisierung des Politischen gebe, gibt es keine Welt – und das meint zugleich, dass es keine Antwort auf die Frage gibt, sondern nur eine unendliche Aufgabe: die Welt wahrzunehmen.

ASTRID DEUBER-MANKOWSKY, Bochum

Miriam Melanie Köhler/Christian H. Schuster (Hrsg.): *Handbuch Regierungs-PR*. Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006, 499 Seiten, Eur 49,90.

Die öffentliche Kommunikation von Regierungen, Verwaltungen und anderen staatlichen Stellen ist ein Wachstumsmarkt. Dies zeigt sich einerseits an dem immer größer werdenden »Heer der Sprecher und Berater« (so der Titel eines Beitrages des Bandes) innerhalb und in Reichweite des Staates, andererseits an einem zunehmenden wissenschaftlichen Interesse an Fragen der Regierungskommunikation. Die Branche boomt, aber noch wissen wir wenig darüber, was dieses Heer der Sprecher und Berater eigentlich macht, welche Rolle es in der politischen Kommunikation einnimmt und künftig einnehmen wird.

Mit dem »Handbuch Regierungs-PR« liegt nun eine im wahrsten Sinne breite Sammlung

von 32 Beiträgen zur Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern vor. Dass Miriam Melanie Köhler und Christian H. Schuster etwas von PR verstehen, zeigte sich bereits an ihrer Website www.regierungs-pr.de, auf der schon vor Erscheinen des Bandes »Stimmen zum Buch« zu lesen waren. Dem Anspruch eines Handbuches folgend, wird das Ziel formuliert, »Vertreter und Experten aus Politik, PR, Wissenschaft, Journalismus und Recht zu Wort kommen« zu lassen, wobei das Gewicht doch eher bei PR und Politik und weniger bei der Wissenschaft liegt. Mit der Brille eines Wissenschaftlers gelesen, sind die einzelnen Beiträge des Bandes unterschiedlich lehrreich, was aber angesichts ihrer Anzahl nicht verwundert. Man lernt aus ihnen einiges, etwa über die Geschichte der Regierungs-PR in Deutschland (Michael Kunczik), über das Bundespresseamt als Informationsdienstleister (Martin Morcinek) oder über jenes schon angesprochene »Heer der Sprecher und Berater« (Stefan Marx) innerhalb des »politisch-publizistischen Komplexes« (Hans-H. Langguth). Rechtliche Aspekte der Regierungskommunikation werden beleuchtet (z. B. bei Busch-Janset/Köhler oder Rößner/Schalast), und nicht nur gibt ein »Anonymus« Einblicke in den »Ausschreibungsdschungel«, sondern auch namentlich genannte wie bekannte Praktikerinnen und Praktiker in ihr Denken und Handeln. Mitunter langweilt man sich auch: über allzu viel Eigenlob bei der Beschreibung eigener Kampagnen (»die größte Social Marketing Kampagne in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland hat ihr Ziel erreicht: zu einer neuen Aufbruchstimmung beizutragen«) oder manche Banalitäten (Ursula von der Leyens »Konzept war von Anfang an die Förderung der Familie, das sie konsequent und mit allen ihr zur Verfügung stehenden Mitteln verfolgte und verfolgt«).

Trotz lesenswerter Beiträge: Das »Handbuch Regierungs-PR« ist eigentlich kein Handbuch, das den Stand des Wissens verdichtet, ordnet und fundiert wiedergibt – vermutlich auch nicht für Praktikerinnen und Praktiker. Es ist ein klassischer Sammelband, der seinen Gegenstand mit unterschiedlich starken Lampen aus verschiedenen Perspektiven heraus beleuchtet. Ein Gesamtbild ist es noch nicht, aber ein Weg dorthin.

Im Vorwort des Bandes bezeichnet Tobias Kahler, Herausgeber von »politik&kommunikation«, jene »Szene von Medienfachleuten, PR-Managern, Kommunikationsexperten und Politikberatern« als »Mode-Industrie«, weil sie die

»Kunst des politischen ›Einkleidens‹« beherrsche. Was an dieser »Industrie« wiederum selbst eine Mode ist, wird man sehen. Der Band wird als Bestandsaufnahme des Jahres 2006 gute Vergleichsmöglichkeiten bieten.

PATRICK DONGES, Zürich

Marian Adolf: *Die unverstandene Kultur*. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Medien-gesellschaft. – Bielefeld: Transcript Verlag 2006 (= Reihe: Cultural Studies; Bd. 19), 290 Seiten, Eur 27,80.

Kritische Kommunikationsforschung als Pendant zur administrativen – oder besser: kommerziellen – Forschung, so schrieb Paul Lazarsfeld 1941 in einem Aufsatz in der »Zeitschrift für Sozialforschung«, habe die »Untersuchung über die allgemeine Rolle unserer Kommunikationsmedien innerhalb des gegenwärtigen sozialen Systems« zum Ziel. »Die unverstandene Kultur« von Marian Adolf fühlt sich dieser Differenz verpflichtet und erarbeitet davon ausgehend einen Entwurf, wie kritische Kommunikationsforschung heute vor dem Hintergrund zunehmender ökonomischer, sozialer und kommunikativer Konnektivitäten theoretisch fundiert werden kann. Während Lazarsfeld sich vor gut 65 Jahren noch mit einiger Berechtigung auf das Programm der Frankfurter Schule berufen konnte, gibt es heutzutage, so Udo Göttlich im Vorwort zu Adolfs Studie, »keine derart geschlossene Theorieformation« (S. 9) für die kritische Analyse von Massenkommunikation. Aus diesem Grund rekonstruiert und aktualisiert Adolf jene kritisch-materialistischen Zugänge zur Kommunikationsforschung und erweitert sie um Positionen aus dem Bereich der Cultural Studies. In sieben Kapiteln legt Adolf Koppelungspunkte in den Kulturbegriffen (Populärkultur im Sinne Leo Löwenthals und Raymond Williams'), Traditionen (Marxismus), Ansprüchen (politisch-emanzipatorisch) und Forschungsprogrammen (interdisziplinär) der zu amalgamierenden Theoriekonglomerate frei.

In klassisch dialektischer Methode argumentiert Adolf, dass einerseits das ökonomische Paradigma die Medienproduktion beherrsche (These), andererseits Individuen Handlungsspielräume innerhalb der Medienrezeption zugeschrieben werden können (Antithese). Anders als Die-