Stäheli, Urs: Soziologie der Entnetzung.

Berlin: Suhrkamp 2021. 551 Seiten. Preis: € 28,80

Swaran Sandhu

Angenommen: 22. Dezember 2021 / Online publiziert: 11. Januar 2022
© Der/die Autor(en) 2022

Netzwerke und Konnektivität werden häufig zur Gegenwartsdiagnose verwendet. Das reicht aktuell von der Corona-Pandemie bis zu digitalen Plattformen. Urs Stäheli, Professor für Allgemeine Soziologie an der Universität Hamburg, stellt dem ein kluges und theoretisch gehaltvolles Buch zur Soziologie der Entnetzung gegenüber. Es richtet sich an sozialtheoretisch interessierte Leser:innen, die jenseits des gängigen Netzwerkdiskurses sich mit anspruchsvoller Theorieentwicklung und einem breiten Anwendungshorizont beschäftigen möchten.

Unter Entnetzung versteht Stäheli weniger die verstärkt praktizierten Formen der Nichterreichbarkeit oder konkreten Taktiken der Entnetzung, wie sie etwa Guido Zurstiege 2019 beschrieb. Vielmehr geht es Stäheli um die sozialtheoretische Figur der Entnetzung, also die Leerstelle im Netzwerkdiskurs. Er nimmt Leser:innen mit auf eine Tour d’horizon mit teilweise unerwarteten, aber erhellenden Abstechern durch vier programmatische Teile des Buches: Netzwerkfieber, Denkfiguren, Sozialfiguren und Felder der Entnetzung.

In Teil I – Netzwerkfieber – beschreibt Stäheli Zeitdiagnosen der Übervernetzung oder Hyperkonnektivität. Netzwerken ist eine inhärente Steuerungslogik implantiert, die Vernetzung auf allen Ebenen zum Selbstzweck propagiert. Deren negative Effekte der Übervernetzung wie burnouts oder der information overload in Organisationen werden erst mit Verzögerung, aber dafür umso heftiger diskutiert. So gehört der „digital detox“ gerade für sogenannte digitale Influencer inzwischen zur gängigen Praxis, nur um diesen auf den digitalen Plattformen umso stärker zu vermarkten. Entnetzung lässt sich eben nicht ohne Vernetzung denken. Teil II – Denkfiguren – beschreibt die Grenzen der Relationalität in sozialtheoretischen Ansätzen und zeigt dies u. a. bei Latour, Luhmann, Deleuze/Guattari, Laclau/Mouffe und Simmel auf.

Prof. Dr. Swaran Sandhu (✉)
Hochschule der Medien, Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart, Deutschland
E-Mail: sandhu@hdm-stuttgart.de

Dieses theoretisch anspruchsvolle Kapitel ist eine Spurensuche nach einer Leerstelle im Vernetzungsdiskurs. Damit lässt sich Stäheli auf eine scheinbare Paradoxie ein, weil Entnetzung immer nur gemeinsam mit der Vernetzungslogik gedacht werden kann.

Teil III widmet sich den Sozialfiguren der Entnetzung. Stäheli versteht Sozialfiguren als abgrenzbare plastische Verdichtungen, die sich generalisieren und popularisieren lassen. Dazu gehören die Sozialfigur des Schüchternen (als Person), der Ladenhüter (als Ding) und das Buffering (als Daten). Diese eher unerwartete Zusammenstellung zeigt bereits die Breite der Analyse: Während die Entstehungsgeschichte des „Schüchternen“ sich auf soziologische und psychologische Quellen bezieht und immer das Spannungsfeld zwischen Individuum und Gruppe bzw. Gesellschaft thematisiert, arbeitet sich der „Ladenhüter“ an der Materialität der Ware ab. Der Ladenhüter erfülle das „in ihn eingelassene Konnektivitätsversprechen“ (S. 269) nicht, landet im Outlet, auf der Resterampe oder wird später als unverkäuflich massenhaft vernichtet. Dies gilt auch im digitalen Raum, beispielsweise werden bei spotify Millionen Songs nicht ein einziges Mal gehört. Das Buffering, also ursprünglich das Warten, bis Daten vollständig geladen sind, zeigt für Stäheli, dass das Ideal einer in Echtzeit „geschmeidigen Konnektivität“ (S. 284) anfällig ist für Unterbrechungen und Nutzer:innen inzwischen höchst sensibel auf Verzögerungen z.B. bei Streaming-Diensten reagieren, und damit den nur wenig erforschten Zustand des digitalen Wartezustands. Teil IV bezieht sich auf die Felder der Entnetzung und wendet diese gewinnbringend auf Organisationen, digitale Netzwerke und Infrastrukturen an. Stäheli denkt Organisationen nicht nur als kommunikative Entscheidungsbündel, sondern geht auf die räumliche Konfiguration von Büroflächen ein. Längst ist das Einzelbüro dem vermeintlich kreativitätsfördernden Großraum gewichen, in dem Rückzugsräume extra ausgeflaggt werden müssen, sofern sie überhaupt vorhanden sind. Auch organisationale Entkopplung bzw. slack kann eine Passage zur Entnetzung darstellen, läuft aber konträr zur ideologisch propagierten Hyperkonnektivität. Im (soziologischen) Vernetzungsdiskurs nur wenig Beachtung findet die technologische Infrastruktur von Netzwerken. So gehören gezielte Cyberattacken inzwischen zur Realität für Organisationen (und Hochschulen). IT-Abteilungen setzen deshalb killswitches ein, um die Verbindung zum Netz auf der technischen Ebene zu unterbinden.

Warum lohnt die Lektüre für Publizistik- und Kommunikationswissenschaftler:innen? Erstens liegt Stähelis Blick jenseits der gängigen – meist positiv besetzten – Vernetzungsideologie und quer zum affirmativen Theoriegebrauch. Zweitens nimmt Stäheli die LeserInnen mit auf eine faszinierende Entdeckungsreise, die beim Sozialdarwinismus beginnt und bei digitalen Kunstformen des „digital decay“ endet. Als kompetenter Reiseführer liefert er unerwartete Beobachtungen in Nebenkapiteln, z. B. dass in den 1970er-Jahren auch in Frankreich an einer Art Internet-Protokoll als Vorläufer des ARPA-Net geforscht wurde oder welche KünstlerInnen sich mit digital decay beschäftigen. Für wen der Umweg zu weit ist, kann die entsprechenden Passagen überblättern, denn nach jedem Hauptteil werden die Kernaussagen verdichtet zusammengefasst. Drittens inspiriert die Lektüre, kommunikationswissenschaftliche Theoriebefunde auf Entnetzungsfiguren zu prüfen. Digitale Plattformen und deren (API-)Schnittstellen ermöglichen es, viele empirische Fragestellungen im Fach an-

zugehen und entsprechend zu analysieren, aber die Theoriebildung findet – wenn überhaupt – meist nachgelagert statt.

Wer sich auf die Lektüre einlässt, wird mehrfach belohnt. Stäheli ist es gelungen, den anspruchsvollen Bogen zwischen Zeitdiagnose, soziologischer Theoriebildung und Anwendung zu schlagen und gängige Netzwerkansätze gegen den Strich zu bürsten. Die Lektüre ist teilweise voraussetzungs voll, aber inspirierend, um kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen neu zu denken.

Funding Open Access funding enabled and organized by Projekt DEAL.

Open Access Dieser Artikel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Artikel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.

Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.

Prof. Dr. Swaran Sandhu ist Professor für Unternehmenskommunikation an der Hochschule der Medien Stuttgart.