
DIE OMNIMEDIALE GESELLSCHAFT

**Eine literatur- und medienwissenschaftliche
Betrachtung intermedialer Kommunikation
in medialen Systemen**

Inauguraldissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie an der
Ludwig-Maximilians-Universität München



Vorgelegt von

Alexander Monagas

aus

Parroquia Macuto (Venezuela)

München 2013

Erstgutachter: Prof. Dr. Oliver Jahraus

Zweitgutachter: Prof. Dr. Bernd Scheffer

Datum der mündlichen Prüfung: 31.01.2013

Danksagung

Danken möchte ich Prof. Dr. Oliver Jahraus für seine Betreuung und Unterstützung als Doktorvater, sowie seiner Zuversicht, dass ich mein Projekt zu einem guten Ende bringen kann. Ich danke ihm besonders auch für die Freiheit, die er mir bei der Bearbeitung des Themas gelassen hat. Mein Dank gilt auch Prof. Dr. Bernd Scheffer für seine anregenden Beiträge, sowie seiner schnellen und unkomplizierten Übernahme der Zweitkorrektur.

Ein großer Dank gilt Dr. Bernd Schneid für seine Unermüdlichkeit, mit der er alle meine Fragen geduldig beantwortet hat. Er hat mit seiner hilfsbereiten Art viel zum guten Gelingen der Arbeit beigetragen. Mein Dank gilt auch Dr. Tanja Prokic, Michael Preis und meinem Bruder Dr. Tomas Schnell für die großartige Unterstützung und fachlichen Anmerkungen in der Korrektur, die für den letzten Feinschliff sehr hilfreich waren. Ein Dankeschön geht ebenso an alle meine Freunde für ihren seelischen und moralischen Beistand.

Zudem danke ich meiner Familie für ihren Beistand – insbesondere meinem Großvater Dr. Manfred Schnell für seinen Zuspruch, sein Vertrauen und seine Förderung.

Vor allem danke ich meiner Ehefrau Claudia Monagas. Sie hat mich in meinem Promotionsvorhaben von Beginn an motiviert und vorbehaltlos unterstützt. In ihrer liebevollen Art hat sie es hingenommen, dass ich die eigentlich ihr zustehende Zeit in diese Arbeit investierte. Ihr ist diese Arbeit gewidmet.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	V
1. Einleitung	1
1.1. Thesen, Zielsetzung und Gang der Arbeit	3
2. Theorie(n) der Medien	10
2.1. Der Begriff „Medien/Medium“	13
2.2. Der Begriff der „Kommunikation“	23
2.3. „Medien“ in Literatur-/Medien- und Kommunikationswissenschaft	34
2.4. Medientheorie(n)	45
3. Omnimediale Systeme und sozialer Wandel	62
3.1. Omnimediale Medienwirkung und -funktion	70
3.2. Omnimedialer Wandel und gesellschaftlicher Umbruch	83
3.2.1. <i>Omnimediale Mediennutzung</i>	90
3.2.2. <i>Omnimediales Kultursystem</i>	106
3.3. Digitales Gedächtnis und Erinnerungskultur	115
3.3.1. <i>Kommunikatives Mediengedächtnis</i>	130
3.3.2. <i>Kollektives Mediengedächtnis</i>	131
3.3.3. <i>Kulturelles Mediengedächtnis</i>	134
3.4. Systemische Trennung und Milieus	140
4. Die omnimediale Gesellschaft.....	155
4.1. Omnimediale Vernetzung.....	169
4.2. Omnimedialität und Demokratisierung	177
4.3. Omnimedialität kultursozialer Identitätsbildung	185
4.4. Omnimediale Alltagsbeziehungen	191
4.5. Von Medienemergenz zur omnimedialen Synthese	207
5. Schlussbetrachtung und Ausblick	213
6. Literaturverzeichnis	236

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet.	90
Tabelle 2: Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2011.....	93
Tabelle 3: Web 2.0: Gelegentliche und regelmäßige Nutzung 2007 bis 2011.....	99
Tabelle 4: Genutzte Onlineinhalte 2004 bis 2011.....	103

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zunahme der Internetkriminalität von 2009 zu 2011	96
Abbildung 2: Schäden durch Cybercrime von 2007-2010 (in Mio. EUR).....	98
Abbildung 3: Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011.....	149

1. Einleitung

Mit der rapiden Zunahme und Entwicklung der Medientechnologien und den daraus resultierenden Kommunikationsmöglichkeiten hat sich neben einer veränderten Medienlandschaft auch deren Funktion in unserer Gesellschaft und Kultur verändert. Neue Medien sind weit mehr als rein technologische Erfindungen für den Alltag, sondern revolutionieren die Wahrnehmung und Wirklichkeit unseres gesamten Weltverständnisses. Mit der „medialen Durchdringung aller und insbesondere auch der privaten Bereiche der sozialen Lebenswelt“¹ erscheint es als fast zwingende Voraussetzung, sich auch in der Literaturwissenschaft dem Instrumentarium moderner Kommunikations- und Medienwissenschaft zu bedienen. Denn der Begriff *Kommunikation* ist heute zum Grundlagenbegriff moderner Wissenschaft geworden. Die Evolution der Medien und Kommunikation hat in jüngster Zeit nochmals rasant an Verdichtung und Komplexität zugenommen. Medien- und Kommunikationswissenschaft sind aber noch relativ junge Disziplinen, deren Grundlagentexte nicht immer wissenschaftlicher Natur sind. Bei allem Mangel der recht jungen Disziplinen konnten sich im Forschungsfeld um Medien dennoch Schwerpunkte wie bspw. Intermedialität² bereits etablieren. Solche Ansätze stellen wichtige und elementare Voraussetzungen einer offenen und reflektierten Betrachtung von Medien und Kommunikation dar. Es versprach gerade dies in den letzten Jahren ein gewinnbringender Ansatz zu sein, das Feld der Fragestellungen und Einzeltheorien für Medientheorien transzendent zu gestalten. Medienwissenschaft kann hierzu einen wertvollen Beitrag aber „nur als integrales Konzept“³ gegenüber traditionellen Einzelwissenschaften leisten. Daher haben auch Forschungsdisziplinen mit langer Tradition – wie bspw. eine Literaturwissenschaft – ein eigenes Erkenntnisinteresse heraus-

¹ Weiß, Hans-Jürgen: Kommunikationswissenschaft als Beruf. Abschiedsvorlesung. Freie Universität Berlin 26. Juni. Berlin 2009, S. 6.

² So befassten sich zuerst vor allem Psychologie, Pädagogik und Soziologie als Einzelwissenschaften mit medialen Fragestellungen. Neuere Zweige haben sich zunehmend den Massenmedien zugewandt und sich eher technisch orientiert. Hierzu zählen unter anderem Kommunikationswissenschaft, Journalistik, Publizistik, Zeitungswissenschaften oder Filmwissenschaften. Vgl. hierzu auch Faulstich, Werner: Spiel, Bildung, Macht, Profit. Über die gesellschaftlichen Interessen an den Medien und ihren Wissenschaften. In: Bohn, Rainer (Hrsg.): Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft. Berlin 1988, S. 223-237, hier S. 224 ff.; Kübler, Hans-Dieter: Auf dem Weg zur wissenschaftlichen Identität und methodologischen Kompetenz. In: Bohn, Rainer u. a. (Hrsg.): Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft. Berlin 1996.S. 29-50, hier S. 37.

³ Jahraus; Oliver: Literatur als Medium. Sinnkonstitution und Subjekterfahrung zwischen Bewusstsein und Kommunikation. Weilerswist 2003, S. 36.

gebildet. Es gilt nun die Diskussion interdisziplinär auf einer Metaebene weiter anzuregen, um die divergierenden Forschungsinteressen gewinnbringend füreinander nutzbar zu machen. Dies wird auch weiterhin mit einer spezifischen Fragestellung geschehen. Denn aufgrund der „Vielzahl kaum miteinander kompatiblen Schulen“⁴ oder medienkulturwissenschaftlicher Theorien besteht sonst die Gefahr eines eher irritierenden als übersichtlichen Ergebnisses. Daher müssen sich auch klassische Wissenschaftszweige wie Philosophie, Philologie oder Politologie einem Diskurs auf Metaebene verstärkt öffnen, um dem Wandel der Gesellschaft durch Medien auch wirklich begegnen zu können. Die tiefe Verwobenheit von Medien in alle Disziplinen fordert zu einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit interdisziplinären Schnittstellen auf. Medien tangieren schließlich auch Malerei, Architektur, Rhetorik, Religion und nicht zuletzt Literaturwissenschaft. Daher muss auch der wissenschaftliche Diskurs einer Literatur- und Medienwissenschaft noch interdisziplinärer geführt werden. Die Grenzen zwischen den Disziplinen werden dabei nicht immer trennscharf gezogen werden können, da an vielen Stellen ein fließender Übergang stattfindet, der in der vorliegenden Arbeit gewinnbringend genutzt werden soll. Es empfiehlt sich hierfür Beobachtungen und Thesen aus verschiedenen Blickwinkeln zu bemühen, um mediale Eigenarten, kommunikative Entwicklungen, Nutzungstendenzen, Funktionen und Wirkungen von Medien übergreifend erhellen zu können.

Medien – versteht man sie als technische, kulturelle und gesellschaftliche Kommunikationskanäle – ermöglichen den Übergang von einer „Medienkommunikationsgesellschaft“⁵ hin zur omnimedialen Gesellschaft. Auf der Suche nach einer Definition von Medien wird man schnell eine Fülle an Sekundärliteratur und Definitionsversuchen vorfinden, die deutlich voneinander differieren. Bislang konnte durch die vielen unterschiedlichen Medienbegriffe noch kein klar strukturiertes wissenschaftliches Theoriegebilde entstehen. Die Einsicht, dass es die *eine* Mediendefinition nicht gibt, erscheint zunächst gleichermaßen irritierend wie – bei Rezeption von einschlägiger Lektüre – als bald selbst nachvollziehbarer. Eröffnet diese Erkenntnis einerseits zwar eine notwenige

⁴ Engel, Manfred: Kulturwissenschaft/en – Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft – kulturgeschichtliche Literaturwissenschaft. In: KulturPoetik, 1. Bd., Heft 1 (2001), S. 8-36.

⁵ Vgl. Wende, Waltraut: Kultur-Medien-Literatur: Literaturwissenschaft als Medienkulturwissenschaft. Würzburg 2004, S. 27.

Offenheit gegenüber Medien, so schafft dieser Umstand andererseits einige Verwirrung im Umgang mit den Begrifflichkeiten. Die bislang unvollständige Betrachtung auf einer Metaebene ließe sich mit dem Prozesscharakter des Forschungsgegenstandes Medien selbst erklären, sowie der rasanten technischen Entwicklung auf diesem Gebiet. Die jüngste Entwicklung zur Forschungssituation rund um Medien hat daher entweder eigene Erkenntnisinteressen ausgebildet, oder gleich ganz neue Forschungszweige hervorgebracht. Hierzu gehören Felder wie Medienphilosophie, Medienpsychologie, Mediensoziologie, Medienökonomie, Medieninformatik und zahlreiche andere. Leider ist auch hier eine akademische Diskussion auf einer Metaebene bisher nicht ausreichend erfolgt und scheint aufgrund der divergierenden Interessen auch in nächster Zeit noch nicht vertiefend stattzufinden. Diesem Defizit soll mit der vorliegenden Arbeit entgegengewirkt werden.

1.1. Thesen, Zielsetzung und Gang der Arbeit

Mit der Evolution von einer Mediengesellschaft zu einer omnimedialen Gesellschaft hat sich der Stellenwert von tradierter Wissensvermittlung massiv verändert. Schon früh hat sich um *Medien* und *Kommunikation* auch ein geisteswissenschaftliches Interesse entwickelt, das auch die Literaturwissenschaften vor neue Herausforderungen stellt. Im Umfeld einer zeitgemäßen Literaturwissenschaft bedarf es einer veränderten Annäherungs- und Umgangsweise mit dem Objekt *Medien*. Die Problemstellung dieser Arbeit resultiert in diesem Sinne aus der Beobachtung, dass sich unsere Gesellschaft zu einer omnimedialen Gesellschaft gewandelt hat. Nicht ein Medium allein hat dabei den Wandel hervorgerufen, sondern es ist das Zusammenspiel in Form von Omnimedialität, das die Welt verändert. Mit stark technischer Orientierung widmet sich beispielsweise die Mediatisierungsforschung der medialen Kommunikation und versucht auf diese Weise den soziokulturellen Wandel zu erklären. Es bedarf aber eines deutlich umfassenderen Ansatzes, der auch die nicht-technischen Aspekte interdisziplinär einbezieht. Hierzu soll die vorliegende Arbeit mit der These der Omnimedialisierung der Gesellschaft ihren Beitrag leisten. Nimmt man den umfassenden Wandel durch Medien in allen Lebensbereichen ernst, so kann dieser historisch und tagesaktuell nur gefasst werden, indem man

durch den Omnimedialisierungsansatz auch die Interdependenzgeflechte sozialer, kultureller und gesellschaftliche Kommunikation untersucht. Omnimedialität bezieht auf diese Weise in den Medienwandel auch die Wechselwirkung zwischen diesen Bereichen ein. Technische, soziale, kulturelle und gesellschaftliche Evolutionen und Visionen können damit auf einer Metaebene als konstituierende Kategorien der omnimedialen Gesellschaftsform identifiziert werden. Die zentrale Fragestellung der vorliegenden Arbeit lautet: **Was ist die omnimediale Gesellschaft?** Und darüber hinaus: wie kann diese Gesellschaftsform erkannt und behandelt werden? Wie ist diese Entwicklung zu interpretieren?

Aus der übergeordneten Fragestellung ergeben sich augenblicklich noch weitere Fragestellungen, von denen nicht alle Gegenstand dieser Arbeit sein können. Daher wird sich vordergründig den folgenden Fragestellungen angenommen: Wie hat sich diese Gesellschaftsform entwickelt? Was ist in einer omnimedialen Gesellschaft anders? Welche Wechselwirkung besteht dort zwischen dem Einfluss der Medien auf die Gesellschaft und dem Einfluss der Gesellschaft auf die Medien? Welche Funktion oder Auswirkung hat Omnimedialität für die Kultur und Identität der Gesellschaft?

Es ist nicht das Anliegen dieser Arbeit klassische germanistisch-philosophische Fragestellungen einfach in das Licht einer Medien(kultur)wissenschaft zu rücken. Auch soll hier gerade nicht eine „Medienkonkurrenz“⁶ zwischen Literatur- und Medienwissenschaft betrieben werden. Ebenso haben bereits andere Arbeiten das Verhältnis der kommunikativen Bedingungen, die für *alle* Medien übergreifend konstitutiv sind, umfassend unter die Lupe genommen.⁷ Der Wandel der Medienlandschaft hat aber eine umfassende Wandlung (Codierung) der Gesellschaft hervorgerufen, die das Selbstverständnis unserer Kultur entscheidend verändert hat.⁸ Medien haben im Umfeld eines gewachsenen „Angebots- und Nutzungsspektrum eine immer wichtigere Funktion, wenn nicht gar eine konstitutive Bedeutung für die Gesellschaft, ihre Kultur und ihr Wirklichkeitsverständnis“.⁹ Für eine literaturwissenschaftliche Analyse ist es daher nur folgerichtig, die Aufmerksamkeit weiterhin verstärkt auf Medien und Kommunikation zu richten und

⁶ Vgl. hierzu Hörisch, Jochen: Flimmernde Mattscheiben und feste Buchstaben. Literatur im Zeitalter der Medienkonkurrenz. In: Universitas, 49. Jg., 2 Bd., H. 7-12, (2001), S.1043-1054.

⁷ Vgl. hierzu exemplarisch Jahraus: Literatur als Medium, S. 12.

⁸ Vgl. ebd., S. 12.

⁹ Vgl. ebd., S. 17.

den wissenschaftlichen Diskurs auf diesem Gebiet eigenständig voranzutreiben. Eine Mischform mit weitgehender Lösung allzu starrer Vorgehensweisen gibt den notwendigen Freiraum für einen interdisziplinären Ansatz in der Methodik; auch für das Vorgehen in der vorliegenden Arbeit. Aus diesem Grund werden die folgenden vier Beobachtungen auch aus theoretischen Anlehnungen von Literatur-, Kommunikations- und Medienwissenschaft verargumentiert. Im Einzelnen geht es hierbei um die Thesen, dass (1) die Internetisierung die omnimediale Individualpräsenz ermöglicht hat; (2) die integrierte Kommunikation der Initiator einer Komplexitätsreduktion ist; (3) die Teilung in Medienhersteller- und nutzer weiterhin an den sozialen Status gekoppelt bleibt und (4) wer prominent in Medien präsent ist, über Macht verfügt.

Durch die hochgradige Komplexität unserer kommunikativ ausdifferenzierten und gleichzeitig eng medienvernetzten Gesellschaft besteht die Notwendigkeit einer reflektierenden und zugleich vorausschauenden Analyse über die Entwicklung der als omnimedialen Gesellschaft beschriebenen Ausformung. Aufbauend auf aktuellen literatur- und medienwissenschaftlichen Theorien und Beiträgen mit Fokus auf neuere Ansätze, wird Kommunikation in medialen Systemen als Organisationsprinzip einer omnimedialen Gesellschaft verstanden.

Diese Dissertation soll mit ihrer aktuellen Problemstellung einen Beitrag zur Diskussion über Funktions- und Wirkungsweisen von Medien und Kommunikation unserer Gesellschaft leisten, um die veränderten Verhaltens- und Umgangsweisen im Hinblick auf den kulturellen, sozialen und gesellschaftlichen Wandel besser zu verstehen. Die eigenen Beobachtungen werden aus diesem Grund als omnimediale Gesellschaft überschrieben. In vorliegender Analyse gilt es gezielt aufzuzeigen, wie sich diese omnimediale Gesellschaft organisiert, aktuell ausformt, wie sie strukturiert ist und welche Auswirkungen dies hat. Der Beitrag zum interdisziplinären literatur- und medienwissenschaftlichen Diskurs wird – den eigenen Forderungen folgend – weitgehend auf einer Metaebene geleistet. Dieses Vorhaben scheint zunächst in der Methodik systemtheoretischer Medienanalyse und literaturwissenschaftlicher Medientheorie möglich. Diese erlauben es – mit dem Schwerpunkt auf kommunikativen Facetten – aktuelle kommunikative (Medien-) Prozesse empirisch sowie qualitativ präzise zu analysieren und gleichzeitig auch Beobachtungen zweiter Ordnung einzubeziehen. Dennoch versteht sich die Arbeit keineswegs als konkret systemtheoretische Schrift, da eine übergreifende Erweiterung auf

mehrere Theoriemodelle notwendig ist. Des Weiteren werden die Begrifflichkeiten nicht alleine im Rahmen der Systemtheorie entnommen und definiert, was eine klare Zuordnung zu dieser ebenfalls verwehrt.

Generell ist es aufgrund der enormen Komplexitätsdimensionen und der Metaebene der thematischen Verortung ein riskantes Unterfangen, einen allgemeinen Ansatz zur Analyse einer omnimedialen Gesellschaft entwickeln zu wollen. In diesem Sinne wäre es ein Missverständnis, die hier angestellten Überlegungen als das einzig mögliche Vorgehen zu verstehen und eine abgeschlossene Theorie zu erwarten. In Anlehnung an bestehende Ansätze etablierter Wissenschaftszweige werden auch Teilergebnisse immer wieder interdisziplinär herangezogen. Ein solches Vorgehen begründet auch die Verortungsmöglichkeit dieser Arbeit in einer Literatur- wie Medienwissenschaft gleichermaßen.

Die vorliegende Dissertation erhebt aufgrund des Umfangs des Forschungsbereichs sowie der rasanten Entwicklung der Medien nicht den Anspruch auf Vollständigkeit.¹⁰ Dies gilt von einer Rezeption der Quellenlage oder historisch-chronologischen Vorgehensweise bis hin zu verwendeten Theorien. Aus diesem Ansatz heraus ist eine Externalisierung als Verweis von themenverwandten Exkursen, Modellen oder Theorien mit sinnverwandten Zusammenhängen unerlässlich. Ein absoluter Ansatz wäre allein durch die objektimmanente Prozessbeschaffenheit und rasante Veränderlichkeit von Medien und Kommunikation in Kombination mit der umfangreichen und stetig wachsenden Quellenlage¹¹ von Beginn an zum Scheitern verurteilt. Es ist geradezu das Credo dieser Arbeit, sich als reflexive Medienobservation zu verstehen, die einen dynamischen Charakter omnimedialer Beobachtung(en) in der wissenschaftlichen Analyse erfordert. Der Aufforderung von Oliver Jahraus, mediale Großereignisse als Chance für Beobachtungen zu nutzen, wird auch die vorliegende Arbeit nachkommen:

¹⁰ An dieser Stelle sei aber auszugsweise verwiesen auf Arbeiten wie die von Krone, Jan: Medienwandel kompakt 2008-2010. Schlaglichter der Veränderung in Medienökonomie, -politik, -recht und Journalismus - ausgewählte Netzveröffentlichungen. Baden-Baden; Weber, Stefan (Hrsg.): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz; Hoffmann-Riem, Wolfgang: Wandel der Medienordnung - Reaktionen in Medienrecht, Medienpolitik und Medienwissenschaft. Baden-Baden 2009; Krotz/Hepp: Mediatisierte Welten.

¹¹ Siehe hierzu Arbeiten von Faulstich, Werner: Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen. München 2002; Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden 2009; Stöber, Rudolf: Kommunikations- und Medienwissenschaft. Eine Einführung. München 2008; Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar 2003; Faulstich, Werner: Medientheorien: Einführung und Überblick. Göttingen 1991.

Alles, was im Kontext dieses Medienereignisses medientheoretisch relevant stattgefunden hat, findet nicht nur im Rahmen eines solchen Ereignisses statt, sondern immer, tagtäglich, in jeder einzelnen Sekunde, bei jedem noch so unwichtigen Medienereignis, bei jedem noch so singulären Medienangebot, bei jeder noch so abgelegenen Mediennutzung! Eine Medienwissenschaft muss solche Medienereignisse empirisch nutzen, um somit auch zu einer feineren Konzeptionalisierung zu kommen, die ihrerseits wiederum die wissenschaftliche Grundlage bereitzustellen hat, Medienereignisse (egal in welcher Größe) empirisch zu nutzen.¹²

Da die Beobachtungen über einen längeren Zeitraum entstanden sind, sich aber mit einem Thema beschäftigen, das sich permanent verändert und entwickelt, können nur Momentaufnahmen abgebildet werden, die ihre Gültigkeit relativ kurz aufrechterhalten. Beim Lesen dieser Arbeit muss daher immer präsent sein, dass Medien und Kommunikation als evolutionäre Prozesse einer fortwährenden dynamischen Veränderung unterliegen. Gerade im Hinblick auf ein Mediennutzungsverhalten oder der Leistungsfähigkeit technischer Medieninnovationen sind kaum dauerhaft gültige Aussagen zu garantieren. Der Abstraktionsgrad auf eine Metaebene und der interdisziplinäre Ansatz sollen diesem Umstand entgegenwirken, um die gewonnenen Erkenntnisse und Ergebnisse in Ihrer Aussagekraft sicherzustellen.

Um in dieser Arbeit nicht zu generalistisch zu werden oder sich dem Vorwurf erwehren zu müssen lexikalisches Sammelsurium zu bleiben, gilt als vordergründiges Analyseinteresse immer der literatur- wie medienwissenschaftliche Blick auf eine omnimediale Gesellschaft. Als sprachliche Regelung sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass zugunsten der Lesbarkeit verzichtet wird, jeweils beide Geschlechterformen zu nennen.

Der Gang der Argumentation gliedert sich in drei Bereiche: der kritischen Auseinandersetzung zum Stand der Forschung, dem Wandel der Gesellschaft durch Medien hin zur omnimedialen Gesellschaft und schließlich der Analyse dieser omnimedialen Gesellschaftsform.

Im ersten Bereich werden wichtige Theorien literatur- und medienwissenschaftlicher Forschung zusammenfassend aufgearbeitet, die als theoretische Grundlagen dieser Arbeit dienen. Nicht immer sind dabei die so genannten Grundlagentexte auch akademisch allgemein anerkannt wissenschaftliche Arbeiten, sondern hierzu zählt auch eine Vielzahl essayistischer Veröffentlichungen. Es zeigen sich auch in Rand- oder Teilbereichen ei-

¹² Jahraus, Oliver: Die Prinzessin, der Tod und die Medien. <http://www.medienobservationen.uni-muenchen.de/artikel/heckfenster/Diana.html> (Stand: 16.02.2011).

ner medienorientierten Theoriebildung in Form außerakademischer Publikationen immer wieder Muster, Codes und Beobachtungen, die nach einer gewissen Zeit schließlich eine gesamtgesellschaftliche Relevanz erlangen und so auch als Quellen akademischer Betrachtung fungieren können. Am Ende des Kapitels 2 lässt sich damit herausstellen, dass sich letztlich alle Diskurse um Medien unterscheiden lassen in entweder technische Systeme oder soziale/kulturelle Funktionen.

In Kapitel 3 wird der aktuelle Systemzustand untersucht, der übergreifende Facetten der medialen Vernetzung näher bringen soll. Hier wird auch die Wirkungsweise medialer Systeme für die Gesellschaft analysiert. Dazu werden demographische Aspekte eingeflochten, um eine sozialwissenschaftliche Entwicklung auch empirisch sichtbar zu machen. Denn sozialgesellschaftliche Systeme verändern sich immer dann, wenn sich auch geltende Codes ändern. Dies bezieht sich vor allem auf bestehende Kommunikationssysteme und -muster. Neben Untersuchung und Interpretation der Funktionen verschiedener Mediensysteme wie TV, Internet, u. a. werden auch Statistiken zu Werbung, Trendforschung und Gesellschaft inhaltlich einfließen. Dies geschieht auch im Hinblick darauf, dass zunehmend etablierte und renommierte Wissenschaftler bereits selbst in und mit diesen Massenmedien kommunizieren.¹³ Es lässt sich auf diese Weise bis zum Ende des Kapitels herausstellen, wie mit dem Wandel der Medienlandschaft auch ein systemischer und sozialer Gesellschaftswandel einhergeht, der seinen Ursprung nicht nur in technischen, sondern auch in kulturellen Visionen hat. Daher werden bereits in diesem Kapitel die eigenen Thesen zur omnimedialen Gesellschaft mit aktuellen Beispielen und Analysen eine wichtige Grundlage bilden, um diese immer wieder überprüfen zu können. Damit wird die Basis für den angestrebten Erkenntnisgewinn der Arbeit fundiert, dass sich der globale Medienverbund in einer Omnimedialität als evolutionäre Mediensynthese verdichtet und als omnimediale Gesellschaft in Erscheinung tritt. Es soll gezeigt werden, dass schließlich alle Lebensbereiche diesem Wandlungs- und Konversionsdruck der omnimedialen Struktur unterliegen.

Im Anschluss daran widmet sich Kapitel 4 der omnimedialen Gesellschaft in ihrer eigentlichen Ausprägung. Dieser Teil zeichnet sich vor allem durch weiterführende Über-

¹³ Hierbei wird dennoch klar zwischen populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen vor dem Hintergrund marktgetriebenen Verkaufszahlen und fachwissenschaftlichen Publikation differenziert werden.

legungen aus. Die omnimediale Gesellschaft zeigt sich geprägt durch Abgrenzung gegenüber bisheriger Verhaltensweisen und der Neuschreibung kultureller Werte und traditioneller Handlungsweisen, die sich global konvergent zur Technisierung verhalten. Omnimedialität wirkt sich als globale Symbiose medialer Vernetzung aus, die durch ihre kommunikative Grundstruktur alle Bereiche des menschlichen Lebens betrifft und beeinflusst. Der Begriff der Omnimedialität bezieht in den Wandel der Gesellschaftsform damit auch die Wechselwirkung zwischen Medien/Gesellschaft und Massenmedien/Individuen mit ein. In diesem Verständnis kann berücksichtigt werden, dass die soziokulturellen Effekte nicht nur als von technischer Evolution getriebener Prozess zu interpretieren sind, sondern auch die Wechselwirkungen und Interdependenzen von gesellschaftlicher und medialer Kommunikation einbezogen werden müssen. Technische, soziale, kulturelle und gesellschaftliche Evolutionen können auf diese Weise gleichberechtigt als Stufen der Metaebene einer stetig komplexer werdenden Gesellschaftsform identifiziert werden. Für die Herausstellung dieser Beobachtungen bedarf es eines verstärkt praxistheoretischen Ansatzes, der sich zwischen theoretischen und praktischen Disziplinen und Beispielen ansiedelt und daher auch Perspektiven aus der Informatik, Psychologie, Sozialwissenschaft, Marketing und Ökonomie mit einbezieht. In diesem Abschnitt wird ebenfalls aufgezeigt, dass die bisherige Mediumstheorie als Erklärungsmodell der aktuellen Gesellschaftsform zu kurz greift.

Es besteht insgesamt die begründete Hoffnung auch Prognosen für zukünftige Entwicklungen geben zu können, sowie weitere akademische Fragen- und Problemstellungen aus der Thematik dieser Arbeit anzuregen. Daher wird in Kapitel 5 nach der Schlussbetrachtung auch ein Ausblick auf anschlussfähige Forschungsdesiderate gegeben.

2. Theorie(n) der Medien

In unserer heutigen Gesellschaft sind Medien bereits ein so fester Bestandteil der alltäglichen Kommunikation geworden, dass man sich kaum vorstellen kann, ohne sie auszukommen. Doch was genau bezeichnet man überhaupt als Medien? Selbst mit allgemeinen Begriffskennntnissen stellt man schnell fest: es gibt sehr unterschiedliche Definitionen. Die Geschichte der Definitionsversuche rund um Medien ist bereits von Beginn an sehr wechselhaft.¹⁴ Medien befinden sich in einem ständigen Fort- und Weiterbildungsprozess. Somit ist „der Begriff *Medium* [...] ein so grundsätzlicher, dass er nicht auf anderen einfacheren aufbauen kann.“¹⁵ Medien verändern sich mit dem Fortschritt der Technik ebenso, wie deren Verwendung, Funktion und Bedeutung den gesellschaftlich-politischen Schwankungen der Zeit und Kultur¹⁶ unterliegen. Die Suche nach exakten Definitionen innerhalb dynamischer Prozesse ist durch ein verwobenes Netzwerk an Kulturtechniken, Infrastrukturen, Hard- und Software, Codierungen, Programmierungen und Anwendungsvisionen daher auch eine kontinuierliche Schwachstelle zur Bildung einer einheitlichen Medientheorie.¹⁷

An dieser Stelle sei bereits gesagt, dass der vorliegenden Arbeit ein doppelter Medienbegriff zugrunde liegt. Dieser schließt einerseits technische/empirische und andererseits soziale/kulturelle Aspekte von Medien ein. Auf diese Weise können die Wechselwirkungen beider Dimensionen für die omnimediale Gesellschaft auf einer direkten Wirklichkeitsebene, sowie deren Sekundäreffekte untersucht werden. Es soll nicht einer allgemeinen (oder philosophischen) Klärung des Begriffs *Medium* nachgegangen werden, sondern der Frage, welche Funktion(en) Medien (und Kommunikation) innerhalb einer omnimedialen Gesellschaft übernehmen und wie sich deren Funktionen wechselseitig beeinflussen. Dennoch ist zunächst eine Einordnung der bisherigen Begriffsverwendung im Diskurs um Mediendefinitionen für das weitere Verständnis notwendig.

¹⁴ Vgl. hierzu vertiefend Hoffmann, Stefan: Geschichte des Medienbegriffs. Hamburg 2002.

¹⁵ Robben, Bernard: Der Computer als Medium. Eine transdisziplinäre Theorie. Bielefeld 2006, S. 11.

¹⁶ Zur Geschichte des Medienbegriffs siehe Hoffmann: Geschichte des Medienbegriffs.

¹⁷ Vgl. Hartmann, Frank: Medien und Kommunikation. Wien 2008, S. 8.

Schlägt man *Medien* in Fachlexika nach, so finden sich vor allem Einträge, die auf die technischen Grundphänomene Speichern, Übertragen und Bearbeiten abzielen.¹⁸ Doch was verallgemeinert unter Medien verstanden wird, ist nur ein Teil dessen, was sie zu leisten imstande sind. Neben Definitionen basierend auf Topoi zu alltagstauglichem Medienwissen, wird der Begriff *Medium* auch dezidiert in Einzelmedientheorien zu Buch, Text, Schrift, Bild, Zeitung, Radio, Fernsehen/Film, Kunst oder Internet quer durch alle Wissenschaftsdisziplinen bemüht und erfreut sich einer großen Beliebtheit.¹⁹ Werner Faulstich bemerkt dazu: „Tatsächlich gibt es heute nach wie vor eine große Verwirrung um den Medienbegriff, und diese Konfusion muss zunächst einmal zu Kenntnis genommen werden.“²⁰

Doch nicht nur beim Medienbegriff entstehen diese Schwierigkeiten. Da dieser Begriff wissenschaftlich nicht abschließend definiert werden kann, führt sich die Konfusion auch bis in die Theorieentwicklung fort. Bei der Rezeption und Verortung von Medientheorien im Wissenschaftsbereich zeigt sich nämlich ebenfalls ein gewisses Maß an Verwirrung. Dies lässt sich nur zum Teil auf die große Beliebtheit und enorme Bandbreite an (offenen) Fragestellungen rund um Medien zurückführen. Manfred Rühl hat – gewiss mit einem Augenzwinkern – in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von diffundierenden Medienbegriffen in seiner „Systematisierung fabelhafter Medien-Kakophonien“²¹ plakativ zusammengestellt.

Neben der Medienwissenschaft dominiert vor allem die empirische Analyse von Medien in der Kommunikationswissenschaft. Hier sind Massenphänomene rund um Medien die Ausgangsbasis zahlreicher Fragestellungen und Theorieansätze. Denn gerade durch die Konvergenz der Begriffe *Massenmedien* und *Massenkommunikation* bleiben Medien ein integraler Bestandteil einer Kommunikationswissenschaft. Ein solcher kommunikat-

¹⁸ Vgl. Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien. Von der Oblate zum Internet. Frankfurt a. M. 2004, S. 70f.

¹⁹ Es gibt eine Vielzahl an Überblicken, die sich mit einer medienhistorischen Begriffsdefinition auseinandersetzen und versuchen den aktuellen Forschungsstand wiederzugeben. Um nur einige zu nennen seien hier erwähnt Hoffmann: Geschichte des Medienbegriffs; Faulstich, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. 5. vollst. überarb. und erheblich erweiterte Auflage. Stuttgart 2004; Mock, Thomas: Was ist ein Medium? Eine Unterscheidung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Grundverständnisse eines zentralen Begriffs. In: Publizistik 51 Jahrgang; Heft. 2, 2006, S. 183-200.

²⁰ Faulstich: Einführung in die Medienwissenschaft, S. 19.

²¹ Rühl, Manfred: Von fantastischen Medien und publizistischer Medialisierung. In: Dernbach, Beatrice/Rühl, Manfred/Theis-Berglmair, Anna Maria (Hrsg.): Publizistik im vernetzten Zeitalter. Berufe - Formen - Strukturen. Opladen 1998, S. 95-107, hier S.97-100.

onstheoretischer Zugang zur Medientheorie verortet die beiden Fundamentalbegriffe *Medien* und *Kommunikation* im Umfeld von Empirie, Öffentlichkeit, Massenmedialität und Technizität, die symptomatisch für den Gegenstandsbereich und die unklare Fundierungslage von Kommunikations- und Medienwissenschaft sind.²² Die stetig wechselnde Kategorisierung oder Kanonbildung von medienwissenschaftlichen Schnittmengen erschwert leider zusätzlich den geordneten Blick zur Forschungslage.

Es ist zunächst für eine wissenschaftliche Grundlagenarbeit nicht gerade hilfreich festzustellen, dass ein unspezifischer Pluralismus rund um Medientheorie und -wissenschaft besteht. Übergreifende Zusammenhänge oder gar übergreifende Forschung auf Metaebene gibt es nur ansatzweise und diese sind dann auch noch vermehrt populärwissenschaftlicher Natur. Es soll dennoch versucht werden die relevanten Arbeiten, Strömungen und Ansatzpunkte aufzunehmen, da die darin enthaltenen Denkmodelle und Beobachtungen eine Grundlage auch für die Überlegungen der vorliegenden Arbeit darstellen.

Vorweg soll an die Forderung Ulrich Saxers erinnert sein, der ein „medienwissenschaftliches Konzept von ‚Medium‘“ im Sinn hat, das ebenso Aspekte der „Systemhaftigkeit, Intermedialität, Technizität, Organisiertheit, Funktionalität, Institutionalisierung, Medienwandel, Mediengesellschaft“²³ beinhaltet, um gleichermaßen kommunikationswissenschaftliche Restriktionen umgehen zu können.

²² Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. 3., überarb. u. aktualisierte Aufl.; Wien/Köln/Weimar 1998, S. 159ff.

²³ Saxer, Ulrich: Konstituenten einer Medienwissenschaft. In: Schanze, Helmut/Ludes, Peter (Hrsg.): Qualitative Perspektiven des Medienwandels. Opladen 1997, S. 15-26, hier S.6.

2.1. Der Begriff „Medien/Medium“

(Eine) Definition von Medien:
Substantiv (Plural) „Information vermittelnde Einrichtungen“ (der Singular *Medium* ist in dieser Bedeutung selten) erweiterter fachsprachlicher Standardwortschatz (17. Jhd.; Bedeutung 20. Jh.). Zunächst im Singular *Medium* entlehnt aus l. *medium*, dem substantivierten Neutrum von l. *medius* „mittlerer“ in der Bedeutung „Mittel, Vermittler, Versuchsperson“.²⁴

Im Kontext der Literaturwissenschaft hat sich eine engere Verwendung des Begriffs *Medien* mit „dem Vorgang der Übertragung einer Botschaft“²⁵ verbreitet. *Medien* werden hier mit der Rückkopplung an den Vorgang einer Informationsvermittlung angesehen, die Kommunikation(en) ermöglicht.²⁶ Auch einschlägige Fachliteratur oder Lexika führen immer wieder Formulierungen wie:

Medien (sing. Lat. *medium*: *Medium*, plur. Lat. *media* von gr. *mésos*: das Mittlere, auch Öffentlichkeit, Gemeinwohl, öffentlicher Weg bezeichnet die Gesamtheit der Kommunikationsmittel.²⁷

Im Gegensatz dazu haben sich im Forschungsfeld der Medienwissenschaften zahlreiche Medientheorien einer apparativen/technischen Sichtweise von Medien verschrieben, die auf Kommunikationsmodelle im Sinne einer „Sender/Empfänger“-Definition²⁸ aufbauen. Das grundlegende Kommunikationsmodell von Shannon/Weaver ist bis heute das wirkmächtigste Model, welches aber mittlerweile eine Vielzahl an medienspezifischen Erweiterungen der Termini erfahren hat. Shannon bedient sich dem Begriff *Medium* als ausschließlich auf den Übertragungskanal bezogene Vermittlungsinstanz. Weaver legt im Vorwort des 1949 veröffentlichten Buches „The Mathematical Theory of Communication“²⁹ folgende Definition fest:

The word *communication* will be used here in a very broad sense to include all the procedures by which one mind may affect another. This, of course, involves not only written and oral speech, but also music, the pictorial arts, the theatre, the ballet, and in fact all human behavior.³⁰

²⁴ Kluge, Friedrich: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin/New York 2002. S. 608.

²⁵ Metzler Lexikon: Medientheorie und Medienwissenschaft. Hrsg. v. Helmut Schanze. Stuttgart/Weimar 2002, S. 181.

²⁶ Vgl. ebd., S. 181.

²⁷ Ebd., S. 200.

²⁸ Siehe hierzu das Kommunikationsmodell von Shannon, Claude/Weaver, Warren: The mathematical theory of communication, Illinois 1949.

²⁹ Vgl. Ebd., S. 31-35. Eine übersichtliche Einführung in die mathematische Kommunikationstheorie von Shannon liefern Kümmel, Albert/Scholz, Leander, Schumacher, Eckhard: Einführung in die Geschichte der Medien. München 2004.

³⁰ Shannon/Weaver: The mathematical theory of communication, S. 3. (Hervorhebung im Original, A. M.).

Ergänzend dazu zeigt Weaver auch gleich die unterschiedlichen Problem-Ebenen auf:

Level A. How accurately can the symbols of communication be transmitted?
(The technical problem.)

Level B. How precisely do the transmitted symbols convey the desired meaning?
(The semantic problem.)

Level C. How effectively does the received meaning affect conduct in the desired way?
(The effectiveness problem.)³¹

Kommunikation lediglich auf einen rein technisch-mathematischen Zusammenhang zu reduzieren, ruft zwangsläufig Kritik an einem solchen Model hervor. Das Model von Shannon und Weaver ignoriert Semantik und Kontext und blendet damit jedes Erkenntnisinteresse rund um Sinn und Bedeutung aus. Aber gerade in systemtheoretischer Hinsicht ist Sinn die Bedingung der Möglichkeit, dass Komplexität in der Umwelt des Systems überhaupt verarbeitet und für eine Ausweitung der Eigenkomplexität selbstreferentiell nutzbar gemacht werden kann.³²

Werner Faulstich schlägt daher eine eher systemtheoretisch orientierte Definition vor: „Ein Medium ist ein institutionalisiertes System um einen organisierten Kommunikationskanal von spezifischem Leistungsvermögen mit gesellschaftlicher Dominanz.“³³ Faulstich liefert auch gleich Gründe für seine vier Merkmale der Definition mit. Als institutionalisiertes System (1) wirken Medien als ausdifferenzierte, vielschichtige und komplexe Vermittlungseinrichtungen, die in einer determinierten Umwelt und im Regulationssystem der Gesellschaft etabliert sind. Ihr regulierter, funktionalisierter und organisierter Kommunikationskanal (2) kann in verschiedenartigster Weise gestaltet sein. Die Besonderheit eines jeden Mediums in Abgrenzung gegenüber anderen Medien zeigt sich in seiner (3) spezifischen Leistungsfähigkeit. Und schließlich die geschichtliche Dimension eines Mediums, welche sich in eine durch stetigen Wandlungsprozess unterlegene gesellschaftliche Dominanz (4) in allen Bereichen des täglichen Lebens wie Wirtschaft, Politik, Kultur oder Sozialwesen widerspiegelt.³⁴

³¹ Shannon/Weaver: The mathematical theory of communication, S. 4.

³² Vgl. Luhmann, Niklas: Soziale Systeme - Grundriss einer allgemeinen Theorie. 5. Aufl.. Frankfurt am Main 1994, S. 94 und 96.

³³ Faulstich: Grundwissen Medien, S. 18.

³⁴ Vgl. ebd., S. 18.

Thomas Mock hat versucht, den Begriff *Medien* grundsätzlich in seinen sieben „prototypischen Bedeutungen“³⁵ für die Kommunikations- und Medienwissenschaft zu unterscheiden. Die wörtliche Bedeutung trennt er dabei in

1. Mitte, Mittleres, Mittelglied
2. (Hilfs-)Mittel
3. Vermittelndes

Die wörtliche Bedeutung kann auch als Grundlage für weiterführende Bedeutungen dienen. Auch hier zeigt sich die unscharfe Trennungsmöglichkeit in *eine* Definition. In der Medien- und Kommunikationswissenschaft wird der Begriff nach wie vor aber überwiegend in seiner kommunikativen Bedeutung verwendet:

4. Als „Kommunikationsmittel“ oder auch „Einrichtung zur Kommunikation“ etc.

Beispiele für diese Verwendung des Begriffs finden sich im Spiritismus (menschliches Medium) oder Okkultismus. Zum Teil lässt sich diese Begriffsanwendung aber auch in der Psychologie finden (bspw. in der Diagnose von Kommunikationsstörung).

5. „(Versuchs-)Person“, „(Ver-)Mittler“
6. Medium in der Übersetzung als „Stoff“. Bei dieser Definition eröffnet sich eine weitere Subkategorie in der Trennung zwischen
 - 6.1. *physikalischem Stoff* (im Sinne von Medium als *Träger* von Vorgängen) und dem
 - 6.2. *Transport-Stoff* (im Sinne von Flüssigkeiten in einer Leitung).
7. Als grammatisches „Mittel“(Medium) im Genus verbi (Form zwischen „Aktiv“ und „Passiv“).

Besonders interessant für die Medien- und Kommunikationswissenschaft hat sich die vierte Ebene von Mocks Mediendefinition erwiesen.³⁶ Als „Mittel“ der Kommunikation umfasst ein Medium neben den physikalischen Aspekten zur Wahrnehmung auch Zeichen bzw. Zeichensysteme zur Verständigung.³⁷ Um Inhalte gleich an mehrere Adressa-

³⁵ Definition nach: Mock: Was ist ein Medium? S. 183-200.

³⁶ Vgl. ebd., S. 189ff.

³⁷ In diesem Zusammenhang vermitteln Medien in Form von symbolischer Interaktion.

ten zu übermitteln, dienen Medien aber auch zu deren Verbreitung und stellen damit eine „Übermittlung von kommunikativen Äußerungen über die räumlichen oder (raum)zeitlichen Grenzen direkter Kommunikation hinaus“³⁸ dar.

Die Unterteilung von Harry Pross begegnet einer bis dato gerne zitierten Gliederung von Einzelmedien in *Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien*.³⁹ Face-to-face-Kommunikation (als unmittelbare Verständigung von Mensch zu Mensch) beschreibt so genannte „Menschmedien“⁴⁰ als Primärmedien. Hier kommt der Mensch bei Produktion und Rezeption seiner Botschaft noch ohne zusätzliche Technik aus. Pross versteht diese als Medien des „menschlichen Elementarkontaktes.“⁴¹ Darunter fallen Mimik, Gestik und Gebären ebenso wie Zeremonien oder ganz allgemein gesehen auch Sprache. Elementare Voraussetzung zur Kommunikation mit Primärmedien ist die räumliche und zeitliche Nähe aller Kommunikationsteilnehmer. Lehnt man sich an die Begriffshistorie bei Roland Burkart⁴² an, so ist bei Sekundärmedien produktionsseitig die Verwendung von Technik erforderlich. Burkart versteht darunter Medien wie Schriftrollen, Bücher etc., sowie mit der Erfindung der Druckpresse auch Flugblätter, Plakate, Briefe oder Zeitungen. Entscheidend ist, dass solche Medien asynchron hergestellt und konsumiert werden können. Der Rezipient kann ohne weitere technische Hilfsmittel beispielsweise ein Buch also erst Jahre *nach* der eigentlichen Herstellung lesen. Wie auch bei Primärmedien wird der Inhalt über die menschlichen Sinne – also ohne Technik – aufgenommen oder verarbeitet.

Harry Pross unterscheidet 1972 weiterführend in Tertiärmedien, bei denen sowohl Produzent als auch Rezipient „Geräte“ zur Verarbeitung benötigen.⁴³ Diese Stufe markiert gleichzeitig den Beginn der elektronischen Kommunikationsmittel, die sich im 19. und 20. Jahrhundert rasant weiterentwickeln. In diese Kategorie fallen daher alle technischen Transportmedien vom Telegraphen über das Telefon, bis hin zu Rundfunk und Fernsehen. CD, DVD, BlueRay sowie deren Vorläufer.

³⁸ Mock: Was ist ein Medium? S. 191.

³⁹ Siehe hierzu Pross, Harry: Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt 1972.

⁴⁰ Den Begriff „Menschmedien“ verwendet erstmal Werner Faulstich. Vgl. Faulstich: Grundwissen Medien.

⁴¹ Pross: Medienforschung, S. 128.

⁴² Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 35-46.

⁴³ Vgl. Pross: Medienforschung, S. 224.

Klaus Merten greift in seinem Modell⁴⁴ von 1977 die Überlegungen von Pross auf und denkt diese weiter in Richtung einer reflexiven Komplexität. Die Ordnungsstufen verbaler und nonverbaler Kommunikation determinieren die Komplexität der Kommunikation, was sich als Medialität bestimmen lässt. Ergo steigt auf diese Weise auch mit dem Grad an Reflexivität die Technifizierung der Kommunikation bis hin zu massenmedialer Kommunikation. Mit der zunehmenden Digitalisierung und dem technischen Fortschritt auf diesem Sektor ergänzt Manfred Faßler die Gliederung von Pross schließlich um die *Quartärmedien*.⁴⁵ Diese umfasst die „computerbasierten und -verstärkten Medienbereiche netztechnischer und elektronisch-räumlicher Konsumtion, Information und Kommunikation.“⁴⁶ Mit dieser Ergänzung soll der zunehmenden Auflösung von räumlicher und zeitlicher Bedeutung der beschleunigten und globalisierten Kommunikation des Internets Rechnung getragen werden. Durch das Internet konnte Kommunikation nun synchron und asynchron vollzogen werden – vollkommen unabhängig vom Aufenthaltsort der Kommunikationsteilnehmer. Aufgrund der veränderten/neuen Möglichkeiten interaktiver Kommunikationsformen lassen sich seither Tendenzen ausmachen, nach denen die Trennschärfe von Produzent und Rezipient zusehends schwindet.

Mit der Erweiterung des Begriffs *Medium* als Kommunikationsmittel öffnet sich der Raum für die Integration von oralen über skripturale bis hin zu technischen Kulturen gegenüber Individual- und Massenmedien.⁴⁷ In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert wurden Massenmedien bald zum gesellschaftlich stark beachteten Phänomen. Hier etablierten sich elektronische, audiovisuelle und schließlich digitale Mediensysteme. Das Internet simuliert alle bisherigen Medien und vereint damit sowohl Individual- als auch Massenmedien.⁴⁸ Mit Friedrich Kittler wird die damit beginnende Medientheorie „psychoanalytisch ausdifferenziert, technologiegeschichtlich spezifiziert und mit der (post)strukturalistischen Theoriebildung verbunden.“⁴⁹

Es lässt sich rückblickend erkennen, dass ein Wandel der Medienlandschaft auch immer einen sozialen Wandel innerhalb einer Gesellschaft mit sich brachte – oder umgekehrt.

⁴⁴ Merten, Klaus: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen 1977.

⁴⁵ Faßler, Manfred: Was ist Kommunikation? München 1997 (=UTB 1960).

⁴⁶ Faßler: Was ist Kommunikation? S. 117ff.

⁴⁷ Vgl. Metzler Lexikon: Medientheorie, S. 200.

⁴⁸ Vgl. ebd., S. 200.

⁴⁹ Ebd., S. 200.

Gerade in jüngster Zeit hat – bedingt durch die zunehmende Globalisierung und Internationalisierung – die Kopplung der Medienentwicklung mit Fragestellungen des sozialen Wandels an Aktualität zugenommen. Mit neuen Medientypen verändern sich auch die Grundbedingungen innerhalb ihres Mediensystems so grundlegend, dass ihre elementaren Aufgaben neu verteilt und anders gelöst werden (müssen). Damit einhergehend wandeln sich Aufmerksamkeitsstrukturen, die veränderte Kommunikationsformen und Informationstypen hervorbringen, welche eine kulturelle und soziale Gemeinschaft im organisatorischen Grundprinzip neu definiert. Die soziale Differenzierung eines solch komplexen Wandlungsprozesses hat auch Auswirkungen auf das Mediensystem selbst, aus dem sie hervorgegangen ist. Ein gesteigertes internationales Interesse an erfolgsorientierten Staaten, Unternehmen und Konzernen treibt die Spirale der Kommunikations- und Informationsindustrie weiter voran. Erkennbar ist die Beschleunigung des wechselseitigen Einflusses von Mediensystem und sozialem Wandel anhand der rasant zunehmenden Mediatisierung⁵⁰ von Alltagsbereichen, sowie der Integration medialer Kommunikationsformen in die individuelle Intim- und Privatsphäre.

1996 schlägt Siegfried J. Schmidt eine theoretische Ausdifferenzierung des Mediensystems vor.⁵¹ Hier werden Mediensysteme als Sozialsysteme verstanden, die mit anderen Sozialsystemen in interaktiver (kommunikativer) Verbindung im Sinne einer Medienumwelt stehen. Mit Niklas Luhmann wird nur ein Jahr später dann ein doppelter Medienbegriff angesetzt: technische Verbreitungsmedien einerseits und symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien andererseits.⁵² Luhmann bezeichnet die Kommunikationsmedien auch als „Erfolgsmedien“. Gemeint sind damit Medien wie Geld, Macht, Wahrheit, Liebe usw.

⁵⁰ An dieser Stelle sei darauf verwiesen, dass die Begriffe *Medialisierung* bzw. *Mediatisierung* vom Verständnis der *Omnimedialisierung* abzugrenzen sind. Die beiden ersteren Begriffe beschreiben einen fortwährenden Prozess des Medienwandels mit Chancen und Problemen für die Menschen vor allem als empirisch messbaren Wandel von kontextbezogenen Medienwelten. (Vgl. Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.): *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden 2012. S. 11/S.38). Der Begriff der Omnimedialität bezieht in den Medienwandel die Wechselwirkung des gesellschaftlichen Wandels ein, der den sozialen/kulturellen Wandel nicht nur als von technischer Evolution getriebenen Prozess versteht, sondern gleichzeitig auch die Interdependenzen der gesellschaftlichen Entwicklung aus sich heraus mit einzubeziehen sucht. Technische, soziale, kulturelle und gesellschaftliche Evolutionen und Visionen können damit gleichermaßen auf einer Metaebene als die beschriebene neue Form der omnimedialen Gesellschaft identifiziert werden.

⁵¹ Vgl. Schmidt, Siegfried J.: *Die Welten der Medien. Grundlagen und Perspektiven der Medienbeobachtung*. Braunschweig 1996.

⁵² Vgl. Metzler Lexikon: *Medientheorie*, S. 200f.

Jürgen Habermas und Richard Münch unterscheiden aus sozialwissenschaftlicher Perspektive weiter nach Verbreitungsmedien und Orientierungsmitteln.⁵³ Habermas entwickelt 1987 ein Konzept, das sich von der klassischen Soziologie löst, um sich vermehrt dem kommunikativen Handeln zuzuwenden.⁵⁴ Und Niklas Luhmann rückt die Kommunikation von Systemen 1996 gleich gänzlich in den Vordergrund.⁵⁵

Sybille Krämer greift auf die Überlegungen McLuhans und Luhmanns zurück und definiert Medien technisch als *Apparat* und semiotisch differenziell als *Spur*.⁵⁶ Krämer lässt diese Zweidimensionalität von Medien in der wechselseitigen Sinnkonstitution des Mediums konvergieren und verdeutlicht damit die integrative Funktion von Sinnkonstitution und Interpretationsprozessen. Neu entstehende Interaktionsnetze rufen neue Identitätsmodelle hervor, die sich für Kommunikation, Sozialverhalten und Medienentwicklung gesamtgesellschaftlich etablieren müssen, um von längerem Bestand zu sein. Insgesamt scheint neben der Beschleunigung solcher Prozesse auch deren Etablierungsgrad im Gesamtsystem maßgebend für einen vorübergehend Monopolerfolg *eines* Mediums zu sein. Mediensimulierende Systeme wie Computer und letztlich das Internet bündeln eine Vielzahl an etablierten Funktionen von Einzelmedien. So kann durch Integration verschiedener Medien kombinatorisch ein deutlich leistungsstärkeres Spektrum multimedialer Kommunikationsmöglichkeiten bereitgehalten werden. Nach Franz Dröge lässt sich eine solche prozessuale Dynamik der Medienentwicklung zumindest Ansatzweise in sechs Dimensionen erfassen⁵⁷:

1. Beobachtung der Nutzungszusammenhänge von Medien und deren Veränderung.
2. Quantitative Zunahme von Medien in fast allen Alltagsbereichen bei wechselseitiger Durchdringung und Überlagerung.
3. Die dynamisch bedingte expansive Tendenz der Medien äußert sich in der quantitativen Zunahme der Medienteilsysteme.

⁵³ Habermas, Jürgen: Die postnationale Konstellation. Politische Essays. Frankfurt am Main 1998.

⁵⁴ Siehe hierzu Habermas, Jürgen: Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1-2. Frankfurt 1981.

⁵⁵ Siehe hierzu Luhmann: Die Realität der Massenmedien.

⁵⁶ Vgl. Krämer, Sybille: Das Medium als Spur und als Apparat. In: ders. (Hrsg.): Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien, Frankfurt am Main 1998, S. 73-94.

⁵⁷ Vgl. Dröge, Franz/Kopper, Gerd: Der Medienprozess. Zur Struktur innerer Errungenschaften der bürgerlichen Gesellschaft. Opladen 1991.

4. Überlagerung und Durchdringung der Teilsysteme von nicht-medialen Bereichen mit medialisierten Systemen.
5. Die medienpolitische Programmatik des Systems ist Änderungsbedingungen unterworfen.
6. Medienpolitische und normative Änderungen definieren schließlich die Nutzungsdefinitionen des Mediensystems.

Blickt man zurück auf diese Entwicklung der Medien, so lassen sich für die Mediengeschichte einzelne Phasen erkennen. Werner Faulstich unterscheidet in vier Phasen⁵⁸:

A. Menschmedien (Primärmedien) bis ca. 1500.

Hierzu werden alle Medien wie Theater, Redner, Sänger oder Geschichtsschreiber oraler Kulturen etc. gezählt.

B. Druckmedien (Sekundärmedien) von ca. 1500 bis 1900

Das Buch geht als Leitmedium hervor und wird inhaltlich dominiert von Politik und Kirche. Mit der Aufklärung erreicht der Paradigmenwechsel vom Menschmedium hin zum Druckmedium seinen Höhepunkt.

C. Elektronische Medien (Tertiärmedien) von ca. 1900 bis 2000

In dieser Phase wurde das Ende der Schriftkultur eingeläutet und Medien in elektronischer Form wie Schallplatten, Telefon, Radio und Fernsehen bevorzugt. Es wandelte sich das gesamte Kommunikationsverhalten, da nun auch die Unterhaltungselektronik einen größeren Einfluss auf alle Gesellschaftsschichten ausübte.

D. Digitale Phase (Quartärmedien) ab ca. 2000

Die zunehmende Verlagerung von Druckmedien in digitale Medien verändert zunehmend die Wahrnehmung der Gesellschaft und ihren Umgang mit Informationen. Vor allem der Zugang in Echtzeit beschleunigt den Informationsfluss, wie den Wandlungsprozess gleichermaßen. Der Computer vereint eine Vielzahl an Medien und hat durch seine globale Vernetzung über das Internet die individuelle Interaktionsleistung aktiver Teilnehmer verstärkt. Es gilt in den folgenden Kapiteln aufzuzeigen, dass sich diese Kombination und Integration von Einzelmedien hin zu einer Omnimedialität gewandelt hat,

⁵⁸ Vgl. Faulstich: Grundwissen Medien, S. 23 ff.

die Einzelmedien zunehmend verschwinden lassen und deren Funktionalität im Internet integrieren. Die Verschmelzung zwischen den einzelnen Medien wird damit beschleunigt. Informationen werden als omnimediale Verfügbarkeiten im virtuellen Raum permanent und uneingeschränkt präsent gehalten. Hier sind treibende Kräfte immer wieder in der rasanten Technikentwicklung, der fortschreitenden Kommunikationspolitik oder globalen ökonomisch-wirtschaftlichen Interessen zu verorten.

Es ist nicht die Zielsetzung dieser Arbeit eine historisch Aufzählung oder Listung im Sinne einer Geschichte der Medien darzulegen. Hierzu liegen bereits einschlägige Forschungsarbeiten anderer Autoren vor, auf die an dieser Stelle nur auszugsweise verwiesen sein soll.⁵⁹ Es soll an dieser Stelle bereits genügen die bisher aufgezeigte Genese von Mediendefinitionen mit den beschriebenen Medienumbrüchen als Kultur- und gesellschaftsgeschichtliche „Übergänge“⁶⁰ festzuhalten. Dieser Wandel wird im Verlauf der Arbeit als omnimediale Gesellschaft weiter entfaltet.

Zusammenfassend soll festgehalten werden, dass sich durch alle Diskurse rund um Medien eine Unterscheidung beobachten lässt, die entweder technische Systeme oder soziokulturelle Funktionen in den Vordergrund rückt. Für die vorliegende Arbeit kommt es aber gerade darauf an, beide Aspekte von Medien – technische wie soziokulturelle – zu erfassen um damit auch die Problematik ihrer Wechselbeziehung zu berücksichtigen. Aus diesem Grund wird der Medienbegriff dieser Arbeit wie bereits angesprochen auf zwei Ebenen gegliedert: einerseits bezieht er sich auf Wechselwirkungen, die eine direkte Wirklichkeitserfahrung der (neuen) Medien, z. B. über die Mediennutzung, beschreiben und erfassen können. Andererseits sollen auch kulturelle Erscheinungen und nachgelagerte Effekte der ersten Ebene berücksichtigt werden können. Damit werden aus beiden Ebenen Wechselwirkungen und Sekundäreffekte eingeschlossen, die Phänomene der gewandelten Struktur berücksichtigen. Mit einem solchen Medienbegriff sind

⁵⁹ Eine Geschichte der Medien und deren historischen Evolutionsverlauf bietet neben zahlreichen anderen Autoren beispielsweise Hörisch: Eine Geschichte der Medien; Metzler-Lexikon: Medientheorie-Medienwissenschaft; Faßler, Manfred/Halbach, Wulf (Hrsg.): Geschichte der Medien. München 1998; Schanze: Handbuch der Mediengeschichte; Kloock, Daniela/Spahr, Angela: Medientheorien. Eine Einführung. München 1997.

⁶⁰ Bereits Helmut Schanze beschreibt Medien als Übergänge im geschichtlichen Kontext, die einen Einschnitt in einer Gesellschaft markieren. Ab diesem Übergang ist eine deutliche Veränderung im kulturhistorischen Kontext ersichtlich. Vgl. hierzu Schanze, Helmut: Handbuch der Mediengeschichte. Stuttgart 2001.

zugleich auch kulturelle Alltagspraktiken wie Speichern, Senden und Verbreiten von Informationen abgedeckt, die durch interaktive Kommunikation die kollektive Wahrnehmung und Erfahrung der gesamten Gesellschaft mitbestimmen und die Lebenswelt aller Menschen beeinflussen. Dieses Begriffsverständnis zu Medien liegt den weiteren Überlegungen zugrunde. Eine Unterscheidung in alte und neue Medien wird in der vorliegenden Arbeit immer dann getroffen, wenn Abschnitte charakterisiert werden sollen, an denen Bruchstellen oder Übergänge zu erkennen sind. Da auch neuere Medien immer kürzer als wirklich *neu* gelten, sind im Folgenden mit neuen Medien vor allem digitalisierte (internetfähige) Medien gemeint, die den Wandel der tradierten Kommunikation eingeläutet und in jüngster Zeit nochmals beschleunigt haben. Hierzu werden dann Beobachtungen wie Miniaturisierung, Kompression, Codierung, Konvergenz bis hin zur synchronen omnimedialen Vernetzung gezählt.

Ein solches Begriffsverständnis macht deutlich, dass z. B. das *alte* Medium Buch in seiner Funktion als Wissensarchivierung und Weitergabe in digitale Medien wie z. B. eBooks rein technisch übersetzt/transformatiert werden kann. Das neue Medium versucht die Gewohnheiten des gedruckten Buchs zu imitieren und in vergleichbarer Weise die Funktion zur Verfügung zu stellen. Beobachten lässt sich die veränderte Form der Rezeption und damit der Funktion eines Buches. Das gedruckte Buch in seiner abgeschlossenen Einheit steht einem Lesegerät digitaler Natur mit endloser Veränderlichkeit des Inhalts gegenüber. Auf zweiter Ebene wird damit aber auch die kulturelle Wissensvermittlung um spezifische Leistungserweiterungen des neuen Mediums bereichert. Dies verändert alleine durch die Rezeptionsweise digitalisierter Inhalte gleichzeitig die Funktion des Mediums. Die tradierte Textrezeption aus herkömmlichen Büchern wird mit der veränderten Medienlandschaft eine neue Funktion und Hierarchie im System zugewiesen.

Es ist leicht nachzuvollziehen, dass es durchaus einen Unterschied in der Rezeption macht, einen Text in einem gedruckten Buch zu lesen, oder den identischen Text von einem Bildschirm als digitalisierte Version vorliegen zu haben. Digitale bzw. neue Medien schaffen damit eine neue (virtuelle) Realität, die sich den omnimedialen Gewohnheiten der Gesellschaft anpassen und diese gleichzeitig mit beeinflussen.

2.2. Der Begriff der „Kommunikation“

Vorweg soll bereits gesagt sein, dass es nicht darum gehen soll, einen vollständigen Überblick über das zu geben, was unter dem Begriff der *Kommunikation* bereits diskutiert wurde. Daher sei hier weiterführend auf bereits vorhandene Arbeiten verwiesen.⁶¹ Dass man nicht *nicht* kommunizieren kann, hat Paul Watzlawick schon 1969 im ersten seiner fünf Axiome über Kommunikation formuliert.⁶² Und mit dieser häufig zitierten Formel steigt man bereits mitten hinein in die Voraussetzungen und Grundlagen von Kommunikation. Für Watzlawick heißt *Kommunizieren* mehr als nur Informationen auszutauschen und zu übermitteln. Es bedeutet auch immer miteinander in Verbindung zu treten, um sich zu verständigen und letztlich zu verstehen. Darüber hinaus hat Kommunikation auch mit Appellen und Beziehungen zu tun, die Kommunikation als selbst konstruiertes und relativ festes System im menschlichen Leben verortet. Diesen und ähnlichen Fragestellungen spürt Paul Watzlawick in seinem heute äußerst prominenten Buch von 1969 mit dem Titel „Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien“⁶³ nach.

Unsere heutige Gesellschaft ist durchdrungen von Kommunikation. Diese hat als Schlüsselfunktion eine dominante Orientierungs- und Steuerungsinstanz übernommen, ohne die unsere Gesellschaft nicht mehr denkbar ist. Der Begriff der *Kommunikation* versammelt ein weites Feld von Definitionen, welche unterschiedlichen Ansätze folgen. Der Begriff hat im Laufe der Zeit eine Wandlung erfahren, die sich mit der Medientheorie und vor allem der Technik von Medien im heutigen Sinne auf unterschiedliche Weise verwenden lässt. Im Blickfeld von Kommunikation versucht Hans-Dieter Bahr den Medienbegriff als kommunikatives „Begehren“ in psychologischer und sozialer Hinsicht zu erklären. Die Mitteilung – also Kommunikation – würde zwar nicht das organische Bedürfnis befriedigen, sei aber dennoch ein Teil vom „alltäglichen Bewandtniszusammen-

⁶¹ Einen Überblick geben Burkart: Kommunikationswissenschaft; Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen 1998; Schmidt Siegfried J./Zurstiege, Guido: Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg 2000.

⁶² Watzlawick/Beavin/Jackson: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien.

⁶³ Siehe Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D.: Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. 10. unveränderte Aufl., Bern u. a. 2000.

hang.“⁶⁴ Bahr legt besonderes Augenmerk auf den „Boten“, der immer dann in Erscheinung tritt, wenn für die Kommunikationspartner ein Dritter (Gesandter) notwendig wird.

Indem er die Worte der Botschaft nur wiederholen soll, ohne sie zu deuten oder abzuwandeln, nehmen sie bereits jenen Schein von Ähnlichkeit an, der als Klangbild auf eine authentische, 'ursprüngliche' Aussage zurückverweist.⁶⁵

Liest man Bahr aufmerksam, so wird hieran klar, dass die Mitteilung/Botschaft/Information immer als *Kommunikation* erscheint, die dem Medium die Rolle des Unsichtbaren auferlegt. Bereits kleinste Teilsysteme unserer Gesellschaft basieren auf kommunizierenden Medien und deren Funktionen für das Gesamtsystem. Diese Funktionen finden sich in vielerlei Lebensbereichen wieder. Beispiele sind in wirtschaftlicher Hinsicht (bei Film-, Funk-, Fernsehindustrie u. a.), in sozialer Hinsicht (alltägliche Kommunikation und soziale Netzwerke etc.), in kultureller Hinsicht (Literatur, Kunst, Theater usw.) und in politischer Hinsicht (Einfluss der öffentlichen Meinung auf die Politik etc.) zu finden. Damit herrscht eine extreme Verwobenheit von Medien und Kommunikation in unserem Gesellschaftssystem vor.⁶⁶

Klaus Merten hat in seiner Studie von 1977 rund 160 Definitionen bzw. „definitoide [...] Sätze“⁶⁷ über Kommunikation zusammentragen können. 1997 versucht Manfred Faßler eine Unterscheidung zwischen Modellen, Medienrealität und Strukturen zu machen, um eine übersichtliche Darstellung der Diskurse um *Kommunikation* zusammenzuführen.⁶⁸ Trotz seines Bewusstseins der darstellungs- und theoriebautechnischen Problemkonstellationen eines solchen Vorhabens, gelingt es Faßler nicht diese Herausforderung vollständig zu lösen. Er übernimmt eine Reihe von Vorentscheidungen, die sich letztlich nicht mehr zu einem Gesamtkonzept zusammenführen lassen, indem er festhält, dass „Kommunikation ein Produkt des Menschen ist, also auch gebunden an das sinnliche und sinnproduzierende Lebewesen Mensch.“⁶⁹

⁶⁴ Vgl. Bahr, Hans-Dieter: Medien und Philosophie. Eine Problemskizze in 14 Thesen, in: Sigrid Schade, Georg Christoph Tholen (Hrsg.): Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien, München 1999, S. 50-68, hier S. 51.

⁶⁵ Ebd. S. 53.

⁶⁶ Siehe hierzu auch die Einführung Faulstich: Grundwissen Medien, S. 7 ff.

⁶⁷ Merten: Kommunikation, S. 29.

⁶⁸ Faßler: Was ist Kommunikation?

⁶⁹ Ebd., S. 18

Jürgen Ruesch und Gregory Bateson stellen fest, dass das Dilemma einer wissenschaftlichen „Untersuchung der Kommunikation [...] durch die Tatsache erschwert [wird; Anm. d. Verf.], dass wir kommunizieren müssen, um die Kommunikation zu erforschen.“⁷⁰

Der ursprüngliche Begriff mit den lateinischen Wurzeln von „communicatio“ bedeutet mehr als nur Mitteilung oder Verständigung. Vor allem die Konnotation von „communitio“ (Herstellung von Gemeinschaft) spielt eine wichtige Rolle. Daher spricht man im heutigen Verwendungszweck meist von symbolischer Interaktion⁷¹, wenn von Kommunikation die Rede ist. Dabei kommen ein Zeichenvorrat und Symbole in einem System von Medien strukturell zum Einsatz, um sich innerhalb einer Gemeinschaft zu verständigen. Sprachen sind strukturierte Zeichensysteme, die den Austausch auf symbolischer Ebene ermöglichen und damit die Grundlage von kulturellen Zusammenhängen bilden.

Vor allem Sprache (als Kommunikation) wurde von der klassischen Philosophie bis hin zur Moderne immer wieder vor neue Probleme der Sprachvariationen gestellt. Zeichensysteme werden zunächst im Zusammenhang mit Medien als ein Transportmittel oder Kanal verstanden. Bedeutung und Bedeutungsträger, bzw. Signifikat und Signifikant stellen ein zweiwertiges Zeichenmodell dar, das sich bereits beim berühmten Modell von Ferdinand de Saussure durch negative Differenzierung konstruiert.⁷² Auch wenn dies nur eine stark verkürzte Darstellung wiedergibt, so leuchtet dennoch ein, was Medientheoretiker wie Havelock, Goody oder auch Illich auffallen musste: Ein Medium wird durch das Zeichen beeinflusst und das Zeichen bestimmt in der Folge auch das Denken.⁷³ Statt einer technischen Determination des Zeichenbegriffs gegenüber Medien zu folgen, profitiert man in der Lesart einer wechselseitigen Konstitutionsleistung deutlich mehr. Gerade die Auffassung, dass die dynamischen Prozesse ein kontinuierliches Zusammenspiel von Kommunikation und Bewusstsein bilden, wird für medientheoretische Überlegungen ein unverzichtbares Element. Deutlicher wird dies daran, dass Kommu-

⁷⁰ Ruesch, Juergen/ Bateson, Gregory: Kommunikation. Die soziale Matrix der Psychiatrie. Heidelberg, S. 18.

⁷¹ Vgl. hierzu Burkart: Kommunikationswissenschaft, S. 51f.; Krallmann, Dieter/ Ziemann, Andreas: Grundkurs Kommunikationswissenschaft. Mit einem Hypertext- Vertiefungsprogramm im Internet. München 2001, S. 210.

⁷² De Saussure, Ferdinand: Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft. Berlin 1967.

⁷³ Siehe die einzelnen Publikationen der genannten Autoren im Literaturverzeichnis dieser Arbeit.

nikation nur gelingen kann, wenn Information im Konstrukt sinnvoll einzuordnen/zu verstehen ist oder der gleiche Code verwendet wird. Das Konstrukt beschreibt in diesem Fall, dass Nachrichten erst interpretiert oder decodiert werden müssen, um mit Sinn und Bedeutung verstehen, durch unser Bewusstsein verstanden zu werden. Begriffe wie *Kommunikation* und *Bewusstsein* sind daher an Medien *und* Wirklichkeit gebunden.

Vilém Flusser bezeichnet Kommunikation als einen künstlichen Vorgang, der auf geordneter Symbolik beruht, die so in der Natur nicht vorkommt. Der Kunstgriff wird bei ihm notwendig, da nur so gegen den natürlichen Zerfall, Tod und Vergessen vorgegangen werden kann.⁷⁴ Sprache ist also keineswegs frei von Missverständnissen, sondern bedarf der stetigen Interpretation. Gerade die präzise Klärung von Begriffen wurde aus diesem Grund frühzeitig ein Anliegen der Philosophie. G. W. Leibniz macht um 1700 Vorschläge zur „Verbesserung der Teutschen Sprache“⁷⁵ und denkt über universale Kommunikationsformen nach, die auf formalem Kalkül und binären Zeichen basieren. Sicherlich können solche Überlegungen als einer der ersten Schritte hin zum technischen Repräsentationsprinzip unserer heutigen Computer angesehen werden.

Sprache ist seit damals nicht länger ein göttliches Geschenk, sondern wird als Instrument zur Bildung von Kulturen erkannt. Herder konstatiert, dass der Mensch ohne dieses Instrument gar nichts sei und ein vom stetigen Lernen abhängiges Wesen. Es bedürfe daher – als Mittel zur Menschwerdung – der Sprache.⁷⁶

Umberto Eco sieht die Verbesserung der Welt⁷⁷ von einer Verbesserung sprachlicher Kommunikationsmittel abhängig.⁷⁸ Mit der Erfindung von Fernkommunikation (Telegrafie) ist Sprache nicht mehr an Orte und direkte Kommunikation gebunden, sondern kann fernab von Raum und Zeit stattfinden. Dank der elektromagnetischen Frequenzen können neue Kommunikationskanäle (wie Radio, Funk und Television) erschlossen werden. Mit einer massenhaften Verbreitung der Telefonnetzwerke entwickelte sich im Zeitalter der Industrialisierung ein rasant wachsendes Netz an Kommunikationsmög-

⁷⁴ Vgl. Flusser, Vilém: *Kommunikologie*, Frankfurt 1998, S. 10

⁷⁵ Leibniz: *Unvorgreifliche Gedanken, betreffend die Ausübung und Verbesserung der Teutschen Sprache von 1717*. In: Pietsch, Paul: *Leibniz und die deutsche Sprache (III)*. In: *Wissenschaftliche Beihefte zur Zeitschrift des Allgemeinen Deutschen Sprachvereins*. 4. Reihe. Heft 30 (1980), S. 313-356.

⁷⁶ Vgl. Herder, J. Gottfried: *Abhandlung über den Ursprung der Sprache*. Berlin 1789.

⁷⁷ Verbesserung ist hier gemeint im Sinne von Frieden, Fortschritt und Aufklärung.

⁷⁸ Eco, Umberto: *Die Suche nach der vollkommenen Sprache*. München 2002.

lichkeiten und interkontinentalen Verbindungen. Diese Kommunikations-Infrastruktur trägt damit wesentlich zur Entstehung einer globalen Medienkultur bei.⁷⁹ In den Anfängen dieser Entwicklung versuchte Charles H. Cooley um 1909 die Entwicklung der neuen Kommunikationsverhältnisse auch wissenschaftlich zu untersuchen und diese Beobachtungen als frühe sozialwissenschaftliche Kommunikationstheorie zu definieren.⁸⁰

By Communication is here meant the mechanism through which human relations exist and develop – all the symbols of the mind, together with means of conveying them through space preserving them in time. It includes the expression of the face, attitude a gesture, the tones of the voice, words, writing, printing, railways, telegraphs, telephones, and whatever else may be the latest achievements in the conquest of space any time.⁸¹

Cooley erkennt bereits den Zusammenhang der technischen Entwicklung von Transport- und Kommunikationsmedien mit menschlichen Beziehungen, die damit weiter ausgebaut werden kann.⁸² Die Entwicklung der Medien und Kommunikation bildet das „funktionale Äquivalent ausdifferenzierter Sozialsysteme“, was Kommunikation nicht länger nur als „privates Ereignis zwischen zwei oder mehr Individuen“ definiert. Medien werden nicht mehr nur als rein „technische Verstärker von Kommunikation“⁸³ angesehen.

Mit der Nutzung des Internets nimmt die Durchmischung der Eigenschaften der Kommunikationsformen von Individual- und Massenkommunikation rasant zu. Massenkommunikation ist unidirektional ausgerichtet und ermöglicht (bzw. erfordert) keine Wechselbeziehung zwischen Sender und Empfänger, da die Zielgruppe meist sehr groß und dispers ist (‘one-to-many’). Im Gegensatz dazu ist der Empfängerkreis einer Individualkommunikation auf wenige, mindestens aber auf zwei Teilnehmer beschränkt (‘one-to-few’/‘few-to-one’/‘one-to-one’). Das „Hybridmedium“⁸⁴ Internet vereint sowohl Formen massenmedialer wie auch individueller/interpersonaler Kommunikation in sich und ermöglicht so eine Aufweichung der bisher trennscharfen Kommunikationsformen. In seiner Funktion als Informationsträger hat das Internet die Möglichkeit der Kommu-

⁷⁹ Vgl. Hartmann, Frank: Globale Medienkultur. Technik, Geschichte, Theorien. Wien 2006.

⁸⁰ Vgl. Cooley, Charles H.: Social Organisation. A Study of the Larger Mind. New York 1909.

⁸¹ Ebd., S. 61.

⁸² Vgl. Hartmann: Medien und Kommunikation, S. 24.

⁸³ Vgl. ebd., S. 24.

⁸⁴ Höflich, Joachim R.: Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: Beck, Klaus/Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin 1997, S. 85-104, hier S. 94.

nikation im privaten wie öffentlichen Bereich (sowie die Massenkommunikation) stark beeinflusst. Internetbasierte Kommunikation hat die Strukturen und konstitutiven Rahmenbindungen der bisher massenmedial gebildeten Öffentlichkeit grundlegend verändert. Die bisherige Trennung von Privatem und Öffentlichkeit hat sich zu einer „Privat-Öffentlichkeit“ gewandelt.

Das Thema Sicherheit und Datenschutz ist zwar in aller Munde, allein die konsequente Durchsetzung scheint den Onlinern nicht möglich. Zu oft stehen sie vor der Wahl, attraktive Webinhalte gegen Preisgabe persönlicher Daten nutzen zu können und daraus dann individuellen Mehrwert zu beziehen oder eben darauf zu verzichten. Das Problembewusstsein ist mehrheitlich vorhanden, mit der Logik des Netzes aber nur schwer zu vereinbaren. Sich dem zu entziehen, fällt schwer. Insofern scheint es einen Wandel im Umgang mit Privatheit zu geben. Offen bleibt, ob dieser vom Nutzer selbst oder profitorientierten Diensteanbietern im Netz befördert wurde.⁸⁵

Rechtliche Fragestellungen sind hiervon ebenso betroffen, wie demokratische Prozesse oder das Selbstverständnis der Gesellschaft. Internetbasierte Kommunikation hat mit dieser medialen Interaktion das Spektrum der Produktion und Selektion von Inhalten massiv verändert.

Bis heute besteht allerdings keine Einigkeit darüber, ob das Internet – insbesondere das World Wide Web (WWW) – überhaupt als *Massenmedium* bezeichnet werden kann. Die eine Gruppe sieht das Internet als Einzelmedium an, das lediglich viele Medien in sich vereint. Die andere Seite – zu der auch z. B. Luhmann gehört – haben sich dahingehend geäußert, dass das Internet zwar Medium, aber nicht Massenmedium sei:

Das Internet mit seinen Kommunikationsmöglichkeiten ist auch, wenn es massenhaft als Medium genutzt wird, kein Massenmedium, denn es ist ja gerade keine technische einseitige Kommunikation, sondern kann individuell genutzt werden.⁸⁶

Rund um die Kommunikation in/mit/durch Medien entwickelte sich letztlich die Kommunikationswissenschaft, die sich seither gezielt den Themengebieten Publikation, öffentlicher Meinungsbildung, Public Relations und Propaganda vor allem auch empirisch widmet. Gerade mit zunehmenden technischen Möglichkeiten massenmedialer Informationsverbreitung kommen Überlegungen zur technischen Revolution auf, die das Feld empirischer Kommunikationsanalysen besonders spannend machen. Walter Lippmann

⁸⁵ Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph: Web 2.0. Habitualisierung der Social Communitys. In: Media-Perspektiven 7 (8/2012), S. 380-390, hier S. 389. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf (Stand: 04.09.2012).

⁸⁶ Luhmann, Niklas: Das Internet ist kein Massenmedium. Über Medien, Journalisten und Wahrheit. Interview mit Stefan Laurin. In: UNICUM. Das Hochschulmagazin. Heft 15 (1997), S. 20.

vertritt in seinem Werk *Public Opinion*⁸⁷ um 1922 die Auffassung, dass der gestiegene Informationszugang durch Kommunikationskanäle nicht dem Ideal des informierten und kompetenten Bürgers diene. Er war der Auffassung, dass es einer Lenkung der Massen bedürfte, um der allgemeinen Meinungsbildung der Öffentlichkeit die gewünschte Richtung – und vor allem politische Entscheidungsgrundlage – zu verleihen. Seine Techniken im Umgang mit gezielter Kommunikation zur Manipulation beeinflussten Politik (Propaganda) und Werbung gleichermaßen. Lippmann ging von einer Notwendigkeit von Führungseliten aus, die steuernd und leitend die Geschicke der Öffentlichkeit lenken und beeinflussen. Solche manipulierenden Experten nannte man später die *Spin-Doctors*.⁸⁸ Auch Edward Bernay folgte im Jahr 1928 dieser Auffassung und sah gezielt gelenkte Kommunikation als Grundlage eines Demokratisierungsprinzips an.

Die bewusste und zielgerichtete Manipulation der Verhaltensweisen und Einstellungen der Massen ist ein wesentlicher Bestandteil demokratischer Gesellschaften. Organisationen, die im Verborgenen arbeiten, lenken die gesellschaftlichen Abläufe. Sie sind die eigentlichen Regierungen in unserem Land. [...] Tatsache ist, dass wir in fast allen Aspekten des täglichen Lebens, ob in der Wirtschaft oder Politik, unserem Sozialverhalten oder unseren ethischen Einstellungen, von einer relativ kleinen Gruppe Menschen abhängig sind, die die mentalen Abläufe und gesellschaftlichen Dynamiken von Massen verstehen. Sie steuern die öffentliche Meinung, stärken alte Kräfte und bedenken neue Wege, um die Welt zusammenzuhalten und zu führen.⁸⁹

Bernay erwies sich als überaus geschickt in der Steuerung und Beeinflussung der Kommunikation von Massen. Große Konzerne etablierten mit seiner Hilfe zahlreiche Bilder, Lebensweisheiten oder Meinungen, die später als normal und alltäglich im allgemeinen Weltwissen galten.

Doch vor allem die Techniken der Massenkommunikation prägten im 20. Jahrhundert das Zeitgeschehen. Die Kommunikationsmethoden der NS-Politik unter Joseph Goebbels sind für eigene machstrukturelle Zwecke transformiert worden, um massenpsychologische Effekte zu erzielen. Dieses bis ins Absurde gesteigerte Manipulationsverhalten massenmedialer Kommunikationssteuerung prägt bis heute den Begriff der *Propaganda*. Neben der deutschen Propagandaforschung gab es auch ein internationales Interesse an diesen manipulativen Techniken, da strategische Steuerung öffentlicher Kommunika-

⁸⁷ Lippmann, Walter: *Public opinion*. New York 1922.

⁸⁸ Gemeint sind hier die Kniffe und der gewisse Dreh den es benötigt, um eine Massenakzeptanz von Botschaften mittels zielgerichteter Kommunikation zu erzielen. Edward Bernay nannte es selbst den *Spin*, was die Bezeichnung solcher Meinungsbildner prägte.

⁸⁹ Bernays, Edward L.: *Propaganda. Die Kunst der Public Relations*. Freiburg 2007, S. 19.

tion meist in Zusammenhang mit Kriegsführung, sozialer Kontrolle und neuen Technologien bestand.⁹⁰ Hier hat sich als Vorreiter moderner Kommunikationswissenschaft Harold D. Lasswell mit seinem Werk *Propaganda Technique in the World War*⁹¹ von 1927 hervorgetan. Dennoch entwickelte sich ein ausgeprägtes akademisches Interesse erst relativ spät. Zunächst entstand ein Interesse auf wissenschaftlichem Niveau lediglich rund um empirische Zeitungsforschung, die soziologische Fragestellungen von Kommunikation und Gesellschaft beantworten sollten. Als schließlich Max Horkheimer in Frankfurt die Leitung des Instituts für Sozialforschung übernahm, widmete man sich dort in den Folgejahren verstärkt der Erforschung soziologischer und psychologischer Wirkung von Presse und Publizistik in Deutschland. Um 1941 präsentierte man schließlich einige Ergebnisse rund um die Forschung moderner Massenkommunikation.

Von Kommunikationswissenschaft spricht man im Allgemeinen erst ab ca. 1930, als mit der empirischen Medienforschung aus Amerika (Media Studies) und Deutschland ein eigenständiges Forschungsfeld eröffnet wurde. In Deutschland wurde zeitgeschichtlich bedingt erst in den 1950er Jahren mit Publizistikwissenschaft nach dem Vorbild amerikanischer Sozialpsychologie begonnen. Hier verortet man auch den Ursprung für das Kommunikationsmodell mit „Sender“ und „Empfänger“, das über „Kommunikatoren“ entsprechende „Nachrichten“ an „Rezipienten“ versendet.⁹² Die modernere Kommunikationswissenschaft, wie man sie heute versteht, begann ab ca. 1930 mit den Themenumfeldern zur Propaganda-Analyse, Massenpsychologie, Soziologie und Marktforschung.⁹³

Im Vergleich zur Medienwissenschaft steht bei Kommunikationswissenschaft vor allem der sozialwissenschaftliche Aspekt einer Wechselwirkung von Gesellschaft mit Medien und Massenkommunikation im Zentrum. Dennoch wird in der Theoriebildung der Kommunikationswissenschaft der Begriff *Medium* als eher technischer Träger von Kommunikation verstanden.⁹⁴ Kommunikation in der jeweiligen Form der Massenmedien wird aufgefasst als die „notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für Über-

⁹⁰ Vgl. Hartmann: Medien und Kommunikation, S. 29.

⁹¹ Vgl. Lasswell, Harold D.: *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge/London 1927.

⁹² Vgl. Hartmann: Medien und Kommunikation, S. 31.

⁹³ Vgl. ebd., S. 30.

⁹⁴ Vgl. Faulstich, Werner: *Medientheorien: Einführung und Überblick*. Göttingen 1991, S. 96.

mittlung“⁹⁵, zu der aus kulturanthropologischer Perspektive gleichermaßen Texte, Bilder, Töne, medienspezifische Mnemotechniken, aber auch Formen des medientypischen Wissens und Wahrnehmens gerechnet werden. Medienwissenschaft wird häufiger auch mit sozialwissenschaftlichen Fragestellungen betrieben, um den Phänomenen einer massenmedial orientierten Gesellschaftsstruktur gerecht zu werden.

Immer wieder rückt bei solchen Überlegungen auch die Systemtheorie in den Blickpunkt. Zum einen ist sie als Gesellschaftstheorie des Sozialen genuin auch immer Kommunikationstheorie.⁹⁶ Zum anderen ist sie Grundlagentheorie, die transzendental-erkenntnistheoretische Begründungsfiguren in Frage stellt. Obwohl die Systemtheorie eine Vielzahl an Medienproblematiken behandelt und sich selbst durchaus auch als Medientheorie versteht, bietet sie nur bedingt eine Begriffsfundierung⁹⁷, um sich explizit als Medientheorie klassifizieren⁹⁸ zu lassen. Es sei an dieser Stelle erneut darauf hingewiesen, dass sich die vorliegende Arbeit nicht als systemtheoretische Auseinandersetzung mit Kommunikation versteht, sondern die Systemtheorie lediglich als *eine* Theorie aufgreift, um die medien- und kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung der letzten Jahrzehnte nachzuzeichnen.

Vor allem in der neueren Forschung zu Medien greifen verschiedene Ansätze auf den Begriff der *Kommunikation* zurück und bieten in einer „breit angelegten Kommunikations- und Medienwissenschaft“ das Grundkonzept, sich neben Massenmedien und medienvermittelter Kommunikation auch mit Beziehungsstrukturen, Identitätsbildung, oder öffentlichen Selbstdarstellung als Teil des Wandels durch Medien zu beschäftigen.⁹⁹

Es ist festzustellen, dass etablierte Formen herkömmlicher Kommunikation auch für onlinebasierte Verständigung eingesetzt werden. Die Form der Kommunikation im Internet unterscheidet sich daher nicht allzu wesentlich von Kommunikation außerhalb des In-

⁹⁵ Debray, Régis: Introduction à la Médiologie. Paris 2000. In: Dt. Einführung in die Mediologie. Bern 2003, S. 23.

⁹⁶ Kommunikationstheorie kann auch immer Gesellschaftstheorie sein. Siehe hierzu Schmidt/Zurstiege: Orientierung Kommunikationswissenschaft, S. 11ff.

⁹⁷ Zu Luhmanns Begrifflichkeiten von Medien vgl. Dirk Baecker, zitiert bei Schmidt, Siegfried J.: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Frankfurt a. M. 1994, S. 107, Anm. 51.

⁹⁸ Mögliche Klassifizierungen von Medientheorie finden sich u. a. bei Werner Faulstich: Medientheorien, die auch in Kap. 2.1 dieser Arbeit aufgeführt werden.

⁹⁹ Krotz, Friedrich: Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden 2007, S. 15.

ternets. Die Grundlage dieser paradigmatischen Kommunikation ist die Digitalisierung von Zeichen, Bild und Ton in das binäre Codesystem. Da im Internet häufig eine textbasierte Kommunikation stattfindet, unterliegen auch die bisherigen Formen von Kommunikation dem strukturellen wie technischen Paradigma des Mediums.¹⁰⁰

Ein Großteil computervermittelter Kommunikation findet schriftbasiert statt, was im Vergleich zu einer verbalen Kommunikation die Absenz wie Kopräsenz der Teilnehmer beinhaltet. Eine solche Form der Kommunikation ist damit in gewisser Hinsicht „körperlos“ und wird als kanalreduziert bezeichnet.¹⁰¹ Dieser Wegfall nonverbaler Kommunikationsfaktoren verändert die Wahrnehmung und beeinflusst die Verständnissicherung, die Verdeutlichung des Geäußerten und der Interpretation.¹⁰² Die extreme Beschleunigung einer solchen Kommunikation bis hin zur „Echtzeit“ fördert deren (quantitative) Intensivierung ähnlich einer synchronen Kommunikation im direkten Kontakt. Wesentlicher Vorteil digitaler Kommunikation ist die einfache Speicherfähigkeit, was zumindest eine zeitliche und lokale Unabhängigkeit der Kommunikationspartner ermöglicht. Diese Vorteile – Schnelligkeit und Unabhängigkeit – erzeugen aber auch einen sozialen Zwang kontinuierlicher Erreichbarkeit. Diese Zwänge lassen sich vermehrt in einer medienvernetzten Gesellschaft feststellen: Neun von zehn Berufstätigen sind laut einer Studie heutzutage auch außerhalb ihrer Arbeitszeiten für Kollegen, Vorgesetzte oder

¹⁰⁰ Vgl. zu computervermittelter Kommunikation u. a. das Journal of Computer-Mediated Communication. <http://jcmc.indiana.edu/> (Stand 01.07.2012); Misoch, Sabine: Online Kommunikation. Konstanz 2006; Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten: Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen/Wiesbaden 1998; Prommer, Elisabeth/Vowe, Gérard (Hrsg.): Computervermittelte Kommunikation. Öffentlichkeit im Wandel. Konstanz 1998; Beck, Klaus/Vowe, Gérard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin 1997; Beck, Klaus: Medien und soziale Konstruktion von Zeit. Über die Vermittlung von gesellschaftlicher Zeitordnung und sozialem Zeitbewusstsein. Opladen 1994.

¹⁰¹ Vgl. zum Kanalreduzierungsmodell u. a. Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2. vollst. überarb. U. erw. Aufl. Göttingen 2003, S. 149ff. In diesem Zusammenhang sind auch surrogative Körpersprachensymbole wie Emoticons oder Akronyme entstanden, um den technischen Ausdrucksformen menschlicher Emotionen gerecht zu werden. Vgl. hierzu Hess-Lüttich, Ernest W.B.: (N)Etiquette und Subversion. Autoritäten und Dialogverlust. In: Wende, Wara (Hrsg.): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg 2002, S. 173-193, hier S. 183.

¹⁰² Ein Fehlen sozialer Hinweisreize wird nicht als eindeutig negatives Faktum gewertet, sondern kann auch Hemmschwellen abbauen oder Kommunikationshemmnisse wie soziodemographische Faktoren abschwächen. Vgl. in diesem Zusammenhang Groebel, Jo/Gehrke, Gernot (Hrsg.): Internet 2002: Deutschland und die digitale Welt. Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Opladen 2003, S. 106 und für Aspekte des Stigma Goffman, Erving: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. 18. Aufl. Frankfurt a. M. 1975.

Kunden per Handy, Smartphone oder E-Mail erreichbar.¹⁰³ Ein weiteres Manko digitaler Kommunikation zeigt sich beispielsweise an digitalen Texten, die eine Editions-geschichte unsichtbar werden lassen (können). Ist erst einmal der Text modifiziert oder manipuliert, sind (allein durch Zugriffsrechte auf Servern oder anderen Speichermedien) keine ursprünglichen Versionen mehr existent oder abrufbar. Anders sieht dies bei gedruckten Texten aus, die sich in ihrer gedruckten Form rückwirkend nicht mehr spurlos ändern lassen. Hieraus entsteht eine Form von Flüchtigkeit der digitalen Texte, da das Arbeiten an virtuellen Texten tendenziell der „Irreversibilität von Handlungen“¹⁰⁴ entzogen werden kann.¹⁰⁵

Im Computer vereinen sich mehrere Medien und deren Funktionen gleichzeitig. Er integriert die digitalisierten Informationen von Textern, Bildern, Audio- und Video auf *eine* Bildschirmoberfläche. Ein interner Wechsel des Mediums oder der Medienform/des -inhalts im Kommunikationsprozess vollzieht sich dabei ausschließlich über den Bildschirm und erfolgt stets multimedial. So agiert man medial vielfältig, ohne eine Vielfalt an Geräten zu benötigen.¹⁰⁶

Wichtig an dieser Stelle ist zusammenfassend festzuhalten, dass ein enger Zusammenhang von Medien und Kommunikation besteht, der in einer omnimedialen Gesellschaft das Mediensystem determiniert und als Organisationsprinzip strukturelle Funktionen erfüllt. Selbst die kleinsten Nischen unserer Gesellschaft basieren auf Kommunikation und finden in allen Lebensbereichen medial statt. Die Erschließung und Erfahrung der Welt wird durch Kommunikation und Medien vollzogen, die damit unser Wirklichkeitsverständnis beeinflussen. Mit Hilfe dieser kommunikativen Infrastruktur kann sich auch

¹⁰³ Vgl. Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (kurz BITKOM): Netzgesellschaft. Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland, S. 49. http://www.BITKOM.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Netzgesellschaft.pdf (Stand 07.01.2012).

¹⁰⁴ Thiedeke, Udo: Wir Kosmopoliten. Einführung in eine Soziologie des Cyberspace. In: Ders. (Hrsg.): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden 2004, S. 15.

¹⁰⁵ Hier helfen nur Ausdrücke oder frühere Versionen eines Textes, um Modifizierungen nachträglich feststellen zu können. Allein aus diesem Umstand heraus wird erneut das Problem einer dauerhaften Archivierung mit der potenzierten Gefahr eines überbordenden Datenbestandes deutlich.

¹⁰⁶ Ausführlicher zum Thema Multimedialität vgl. u. a. Siever, Torsten/Schlobinski, Peter/Runkehl, Jens (Hrsg.): Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet. Berlin u. a. 2005; Weidenmann, Bernd: Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess. In: Issing, Ludwig J./Klimsa, Paul (Hrsg.): Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis. 3. vollst. überarb. Aufl. Weinheim 2002, S. 45-62; Runkehl u. a.: Sprache und Kommunikation im Internet; Fluckiger, Francois: Multimedia im Netz. München 1996.

letztlich eine Kultur weiter verbreiten. Gerade weil aber in der Vergangenheit in der Kommunikationswissenschaft insgesamt eher sozialwissenschaftliche Aspekte von Gesellschaft, Medien und Massenkommunikation und deren Wechselwirkungen vordergründig betrachtet wurden, müssen künftig stärker auch Beziehungsstrukturen, Identitätsbildung oder öffentliche Selbstdarstellung als Teilbereiche des Medienwandels berücksichtigt werden.

2.3. „Medien“ in Literatur-/Medien- und Kommunikationswissenschaft

Mit der Schrift hat sich das Forschungsfeld der Literaturwissenschaft selbst schon früh der Medien bedient, um Wissen und Geschichte an nachfolgende Generationen weitergeben zu können. So werden etwa Überlieferungen einer Oral History¹⁰⁷ mit der Technisierung von Gesellschaften in Schriften zu Archiven gesammelt und auf diese Weise generationenübergreifend gesichert. Doch der eigentliche Sinn von Schrift teilt sich erst im Umgang mit eben jener archivierten Erinnerung mit. Schrift ist daher immer von der Ausgrenzung des direkten Sinns bedroht. Sobald Sinn zum geschriebenen Text wird, ist er aus seinem ursprünglichen Kommunikationskontext entfernt.

Nach Friedrich Kittler schlägt Sprachphilosophie in Medientheorie¹⁰⁸ um, wenn Wissen über den Tod eines Menschen hinaus konserviert werden soll – sei es in Form von Tonaufzeichnungen oder eben Schrift. Noch radikaler gestaltet sich dieses Phänomen der kontextimitierenden Überlieferung bei Film- und Photoaufnahmen. Mit der Entstehung solcher Techniken wird den Medien bald ein stärkeres wissenschaftliches Forschungsinteresse entgegengebracht. Auch Literaturwissenschaft hat sich den neuzeitlichen Entwicklungen einer Medienkommunikationsgesellschaft nicht verwehrt und stellt sich der medialen Herausforderung. Durch die immanenten reflexiven Theoriedesigns und Interpretationsmethoden ist sie geradezu für die Aufgabe einer Medienanalyse prädestiniert. Kulturellen und gesellschaftlichen Veränderungen in der Literaturwissenschaft kann nämlich auch medienkulturwissenschaftlich begegnet werden. Literaturwissenschaft

¹⁰⁷ Halbwachs, Maurice: Les cardes sociaux de la mémoire. Dt. Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen. Frankfurt a. M. 1985; Ders.: La mimore collective. J. Alexandre (Hrsg). Paris 1950.

¹⁰⁸ Siehe hierzu Kittler, Friedrich: Eine Kulturgeschichte der Kulturwissenschaft. München 2000, S. 78.

kann auf diese Weise – im Sinne einer medienkulturwissenschaftlichen Fragestellung – als Medienwissenschaft betrieben werden. Im Hinblick auf die häufig unterstellte Konkurrenz zu Medien- und Kommunikationswissenschaft kann und muss sie sich auch ihre wissenschaftliche Legitimationsberechtigung in und über *Medien* für die Zukunft sicherstellen. Dennoch:

die Literaturwissenschaft ist kein einheitliches Forschungsparadigma mit einem Grundkonsens über ihre wissenschaftlichen Grundlagen. Das Hauptproblem der Literaturwissenschaft bestand und besteht – das kann man gerade am Methodenpluralismus ablesen – darin, ihren Gegenstand zu definieren.¹⁰⁹

Das Erkenntnisinteresse der Literaturwissenschaft zu *Literatur* ergibt sich auch aus der Gesamtheit ihres Methodenpluralismus, der sie gleichermaßen als Medienwissenschaft von Grund auf etabliert.

Da Literatur selbst ein Medium der Reflexion gesellschaftlich, ja sogar anthropologisch wichtiger und zentraler Themen ist, lassen sich Theorien über gesellschaftliche und anthropologische Fragestellungen selbst wiederum im Gewand einer Literaturtheorie oder zumindest auf ihrem Feld formulieren, wo andere Wissenschaften gerade wegen ihrer strengen Disziplinierung keinen Raum bieten. Als Beispiel können die gesamten neueren kulturwissenschaftlichen Ausprägungen genommen werden, die alle ihren Anfang oder zumindest einen ihrer Anfänge auch in der Literaturwissenschaft haben, wie z. B. Medientheorie und Medienwissenschaft [...].¹¹⁰

Nicht selten ist Anlass zum Diskurs das Verhältnis und die Position von Literatur gegenüber den „neuen Medien“ im Hinblick auf den Stellenwert innerhalb des Gesellschaftssystems. Werner Faulstich hat treffend beobachtet, dass solche Diskussionen eher in das Verhältnis von Medien und Kultur zu verorten sind.¹¹¹ Weil Medien und Kultur aber auch Gegenstand der Literaturwissenschaft sind, muss sich diese Disziplin gegen eine gesellschaftspolitische Abseitsposition wehren und den öffentlichen Diskurs über ihren Forschungsgegenstand noch prominenter führen. Ernst-Wolfgang Böckenförde hat in *Die Bedeutung der Geisteswissenschaften im politischen Leben* einer modernen Literaturwissenschaft eine solche Fähigkeit durchaus zugesprochen. Ihre Aufgabe ist die „Vermittlung von Wissen, Reflexion und daraus hervorgehender Urteilskraft in die nachfolgende heranwachsende Generation und in die Kommunikationsprozesse der Ge-

¹⁰⁹ Jahraus, Oliver: *Literaturtheorie. Theoretische und methodische Grundlagen der Literaturwissenschaft*. Tübingen 2004, S. 12.

¹¹⁰ Ebd., S. 13f.

¹¹¹ Vgl. Faulstich, Werner: *Medien und Kultur. Beiträge zu einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneberg*. Göttingen 1991.

sellschaft.“¹¹² Anders als Odo Marquard¹¹³, der den relevanten Aufgabenbereichen von Literaturwissenschaft die Rolle des Wissens(ver)mittlers im Sinne einer kompensatorischen Funktion zuschreibt, sieht Dieter Langewiesche folgerichtig die primäre Bedeutung moderner Geisteswissenschaft darin,

die Moderne [nicht zu; Anm. d. Verf.] kompensieren, sondern dass sie sie vollziehen: moderne Kultur ist wissenschaftlich reflektierte Kultur. Kultur umfasst jede Form menschlicher Tätigkeiten und ihrer Wirkung, also auch Leistungen der Naturwissenschaften, der Technik und der Industrie. Um diese Zusammenhänge zu erkennen und als Wissen in den Lebenswelten der Menschen zu verankern, ist die Gesellschaft auf die Geisteswissenschaften angewiesen. Ihre wissenschaftlichen Analysen kultureller Entwicklung sind politisch auch dann bedeutsam, wenn sie nicht von Politik sprechen.¹¹⁴

Die „Orientierungsfunktion“ von Literaturwissenschaft prononciert herauszustellen, ist ihm daher ein besonderes Anliegen,

vor allem in einer Welt, die sich – wie für die moderne Gegenwartswelt charakteristisch – durch Vielschichtigkeit, Unübersichtlichkeit und den Verlust ehemals vertrauter und überkommener Orientierungsmaßstäbe auszeichnet.¹¹⁵

Literaturwissenschaft als Geisteswissenschaft geht damit über eine reine Betrachtung literarischer Texte – oder ihrem ursprünglichen Gegenstand *Literatur* – hinaus und hat neben Analyse und Interpretation von schriftsprachlichen Zeichensystemen auch ihre Aufgabe in anderen medialen Systemen (bspw. auch audio-visuellen Medien) wahrzunehmen, um dort für die Kultur der Gegenwart Verständnisorientierung und Wirklichkeitsentwürfe zu liefern. Immer dort, wo Medien den Menschen mit welterschließender Funktion versorgen, die jenseits der physiologischen Kanalkapazität ihrer unmittelbaren Sinnesorgane liegen, kommt beim menschlichen Wirklichkeitsverständnis Medialität

¹¹² Böckenförde, Ernst-Wolfgang: Die Bedeutung der Geisteswissenschaften im politischen Leben. In: Florian Keisinger/Markus Müller/Ernste Murswiek/Angelika Steinacher (Hrsg.): 10 x 1000 Worte für die Geisteswissenschaft. Warum wir die Geisteswissenschaften brauchen. Eine Essaysammlung. Tübingen 2002, S. 22.

¹¹³ Marquard, Odo: Über die Unvermeidlichkeit der Geisteswissenschaften. In: Westdeutsche Rektorenkonferenz (Hrsg.): Anspruch und Herausforderung der Geisteswissenschaften. Dokumente der Hochschulrektorenkonferenz. Bd. 56 (1985), S. 47ff.

¹¹⁴ Langewiesche, Dieter: Der Ort der Geisteswissenschaften im politischen Leben. In: Florian Keisinger/Markus Müller/Ernste Murswiek/Angelika Steinacher (Hrsg.): 10 x 1000 Worte für die Geisteswissenschaft. Warum wir die Geisteswissenschaften brauchen. Eine Essaysammlung. Tübingen 2002, S. 22.

¹¹⁵ Wende: Kultur – Medien – Literatur: Literaturwissenschaft als Medienkulturwissenschaft, S. 26.

hinzu.¹¹⁶ Gerade der Medienpluralismus unserer heutigen Medienkommunikationsgesellschaft ist als ein „Teil des ständigen Prozesses der Selbstbefragung und Selbstausslegung [...] [anzusehen; Anm. d. Verf.], der die Geschichte der Menschheit seit ihren Anfängen begleitet hat.“¹¹⁷ Dabei darf vor allem eine literaturwissenschaftliche Germanistik nicht mehr wie bisher nur auf ein begrenztes „medienbezogenes Selbstverständnis“¹¹⁸ literarischer Zeichenprozesse setzen. Denn wie Friedrich Kittler sehr treffend formuliert hat, ist das „Speichermonopol von Büchern“¹¹⁹ längst aufgehoben.

Literatur ist nicht an Medien wie Büchern gebunden. Es haben sich im Umfeld moderner Literaturschaffender digitale Literaturplattformen im Internet wie gedichte.com, e-stories.de oder kurzgeschichten.de¹²⁰ entwickelt, auf denen ein nicht unwesentlicher Teil literarischer Texte im Internet-Literaturbetrieb zugänglich gemacht wird. Ein solcher Literaturbetrieb ist aus dem 21. Jahrhundert nicht mehr wegzudenken. Mit einer medialen Verlagerung ist dem traditionellen Kulturbetrieb ein ergänzendes Mediensystem hinzugefügt worden. Doch um der Zugänglichkeit und Geschwindigkeit des Informationsflusses einer omnimedialen Gesellschaft gerecht zu werden, reicht das Buch als Medium alleine nicht aus. Heute kann es sich wohl kaum noch ein Verlag wirtschaftlich leisten, vollkommen ohne einen internetbasierten Distributionskanal oder gar eine eigene Internetpräsenz auszukommen. Ein nicht unwesentlicher Teil des Buchvertriebes wird heute bereits über das Internet abgewickelt.¹²¹

Die Vernetzung beider Literaturbetriebe (Online und Buchdruck) ist so weit vorangetrieben, dass sie nicht mehr voneinander getrennt werden können. Vor allem eine konvergente Werbung sorgt für Synergieeffekte beider Systeme mit dem Ziel, die Vermarktung auf möglichst vielen Medien für das jeweils andere voranzutreiben. So wird im Internet häufig für Druckausgaben von Büchern geworben; Rezensionen oder Besprechungen aber ebenso auf Blogs vollzogen, um möglichst den Markt für gedruckten Bü-

¹¹⁶ Krämer, Sybille, Was haben Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun? in: dies. (Hrsg.), Medien Computer Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien, Frankfurt a. M., S.15.

¹¹⁷ Engel: Kulturwissenschaft/en – Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft, S. 36.

¹¹⁸ Posner, Roland: Kultursemiotik. In: Vera Nünning/Ansgar Nünning (Hrsg.): Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektive. Stuttgart/Weimar 2003, S. 47.

¹¹⁹ Kittler, Friedrich: Draculas Vermächtnis. Technische Schriften. München 1993, S. 24.

¹²⁰ Die vollständigen URLs der Webseiten lauten <http://www.gedichte.com>, <http://www.e-stories.de> und <http://www.kurzgeschichten.de>.

¹²¹ <http://www.boersenverein.de/de/portal/Wirtschaftszahlen/158286> (Stand: 18.08.2011).

cher aufrecht zu erhalten. Es gibt z. B. unzählige Webseiten, auf denen Werbung für gedruckte Bücher und Besteller zu finden ist – und das nicht nur einschlägigen auf Buch-Bestellplattformen.

Da alle Medien als Instrumente gesellschaftlicher Entwicklungen und Konflikte Einfluss auf Subjekte und deren Kultur nehmen, muss sich auch Literaturwissenschaft als Interpretationswissenschaft künftig noch stärker den medialen Entwicklungen des Internets annehmen. Rückblickend auf die Jahrzehnte lange Entwicklung der technischen Veränderungen und dem damit einhergehenden rasant veränderten Nutzungs- und Funktionsspektrum von Medien, ist das Verhältnis von Literatur und Medien in eine Umbruchphase geraten, die auf die konstitutive Funktionsweise von *Literatur* für unsere Kultur, Gesellschaft und deren Wirklichkeitsverhältnis dramatische Auswirkungen hatte. Schon seit längerem gibt es auch angeregte Diskurse um die Kanonbildung als Kompendium des Basis-Wissens einer modernen bürgerlichen Kultur.¹²² Der Einfluss einer Literaturwissenschaft als konstituierende Wissenschaft für eine gesellschaftspolitische Öffentlichkeit schwindet zusehends in der jüngsten Debatte.

Niklas Luhmann konstatiert, dass eine Gesellschaft jeweils eben nur das als „wirklich“ wahrnimmt, über das sie auch Informationen besitzt und kommuniziert.¹²³ Mediale Funktionen wie Unterhaltung, Bildung und Bereithalten von Informationen sind längst weitestgehend von technischen Medien übernommen worden. Manch einer geht in seiner Theorie soweit, vom „Ende der Gutenberg-Galaxis“¹²⁴ zu sprechen und Literatur an sich in sinnkonstitutiver Form für Kultur und Sozialgesellschaft als obsolet zu bezeichnen.¹²⁵ Solchen Überlegungen über ein Verdrängungsszenario „neuer Medien“ sei ent-

¹²² Interessant sind zu diesem Thema unter anderem die Arbeiten von Assmann, Aleida/Assmann, Jan (Hrsg.): *Kanon und Zensur. Beiträge zur Archäologie der literarischen Kommunikation II*. München 1987; Geißler, Rolf: *Arbeit am literarischen Kanon. Perspektiven der Bürgerlichkeit*. Paderborn u. a. 1982; Heydebrand, Renate (Hrsg.): *Kanon Macht Kultur. Theoretische, historische und soziale Aspekte ästhetischer Wahrnehmung*. Stuttgart/Weimar 1998; Neuhaus, Stefan: *Revision des literarischen Kanons*. Göttingen 2002.

¹²³ Luhmann, Niklas: *Ökologische Kommunikation*. Opladen 1986, S. 62f. Michael Giesecke hat hierzu treffend bemerkt, dass es dabei „gar nicht so leicht zu entscheiden ist, worüber eine Gesellschaft kommuniziert.“ Giesecke, Michael: *Von den Mythen der Buchkultur zu den Visionen der Informationsgesellschaft. Trendforschungen zur kulturellen Medienökologie*. Frankfurt a. M. 2002, S. 13.

¹²⁴ Vgl. McLuhan, Marshall: *Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters*. Düsseldorf 1968. Neuaufl. Bonn 1995; Bolz, Norbert: *Am Ende der Gutenberg-Galaxis. Die neuen Kommunikationsverhältnisse*. München 1993.

¹²⁵ Wie etwas Bolz: *Am Ende der Gutenberg-Galaxis*; Birkerts, Sven: *Die Gutenberg-Elegien. Lesen im elektronischen Zeitalter*. Frankfurt a. M. 1997.

gegengesetzt, dass sich Medien nicht gegenseitig verdrängen, sondern dass neue Medien vor allem sich selbst zitieren und zunächst nur alte Medien zum Inhalt haben.¹²⁶ Allerdings ändert sich mit der Überlagerung neuer Medien der Stellenwert bzw. die Funktion des alten Mediums im Gesamtsystem. Selbst wenn tradierte Formen der medialen Überlieferung in Form von Büchern sicherlich nicht mehr die alte Dominanz und Unersetzlichkeit inne haben, wird der Platz im bestehenden Mediensystem doch zunächst nur neu ermittelt.

Literaturwissenschaft muss sich weiterhin emanzipatorisch in das jüngst gewachsene Umfeld von Medienwissenschaften platzieren und die wissenschaftliche Fundierung gegenüber anderen Disziplinen deutlicher spezifizieren. Es wird nicht daraus hinauslaufen kursierende Topoi einer sich stetig in Grundlagendiskussionen verstrickte Literaturwissenschaft aufzugreifen und deren Lösung pragmatisch zu formulieren. An den kontinuierlichen Reflexionen über den Gegenstand einer Literaturwissenschaft selbst zeigt sich die „trainierte“ Reflexionskraft ihrer Theorien, obwohl bislang weitestgehend versäumt wurde, zentralphilologische Gegenstände wie *Sprache, Text, Literatur, Gedächtnis* oder *Tradition* den neu definierten Kontexten der medialen Systemen entsprechend zu befragen.¹²⁷ Dass der Blick von Literaturwissenschaft innerhalb der Gesellschaft nun verstärkt auf Medienwissenschaften fällt, ist sicherlich eine der Konsequenzen solcher Versäumnisse.

Medienwissenschaft will und kann eine Literaturwissenschaft aber nicht verdrängen. Gerade Medienwissenschaft ist keineswegs frei von internen Strukturproblemen. Knut Hickethiers radikalisiert diese Strukturprobleme in seinem Diktum: „Es gibt keine Medienwissenschaft“¹²⁸. Wie bereits erwähnt besteht Medienwissenschaft bis heute als Konglomerat aus Einzeltheorien, die sich in – meist sehr spezifischen Fragestellungen – dem Komplex der Einzelmedien widmen. Medientheorien enthalten nach wie vor meist

¹²⁶ Vgl. Hörisch: Eine Geschichte der Medien, S. 75f.

¹²⁷ Jäger, Ludwig/Switalla, Bernd: Sprache und Literaturwissenschaft im Wandel ihrer medialen Bedingungen: Perspektiven der Germanistik. In: Jäger/Switalla (Hrsg.): Germanistik in der Mediengesellschaft. 1994, S. 12.

¹²⁸ Hickethier, Knut: Das „Medium“, die „Medien“ und die Medienwissenschaft. In: Bohn/Müller/Ruppert (Hrsg.): Ansichten einer zukünftigen Medienwissenschaft. Berlin 1988, S.51-74, hier S. 59.

„spekulative Reflexionen über Risiken und Chancen und nicht selten direkte Aufforderungen zur Nutzung oder Abwehr eines Mediums.“¹²⁹

Ein solch unstrukturiertes Vorgehen lässt sich daher auch nicht wissenschaftlich im Sinne von *wahr* oder *falsch* codieren. Und auch Jahraus sieht Medienwissenschaft als (noch) unvollständige Wissenschaft an, da sie weder eigenständig, noch methodisch oder systematisch einen Platz im Forschungs- und Lehrfeld ausdifferenzierter Wissenschaften einnimmt.¹³⁰ Hans-Dieter Kübler greift diesen Vorwurf auf und setzt verallgemeinernd dagegen, dass „*Medienwissenschaft* [...] per definitionem mit allen Medien und Zeichenmanifestationen zu tun“¹³¹ hat. Mit dieser sehr pauschalen Gegenwehr wird allerdings keine Schlacht für eine wissenschaftliche Fundierung einer Medienwissenschaft gewonnen. Wie Reinhard Margreiter¹³² oder Frank Hartmann¹³³ von einem *medial turn* zu sprechen, scheint hingegen der aktuellen Entwicklung entgegenzukommen. Solche Ansprüche ändern aber nichts an der Tatsache, dass Medienwissenschaft bisher nur *Einzelmedienwissenschaft* ist.

Grund für diesen schwebenden Zustand einer Medienwissenschaft ist sicherlich der rasante (technologische) Fortschritt der letzten Jahre. Wie auch bereits in den vorangehenden Kapiteln aufgezeigt, sind Medien mit atemberaubender Geschwindigkeit in historischer wie aktueller Bedeutung für die gesellschaftliche Entwicklung und Identitätsbildung in allen Lebensbereichen dermaßen dominant geworden, dass schlichtweg kaum Möglichkeit bestand, dieser Entwicklung als einheitliche Medienwissenschaft zu begegnen.¹³⁴ Wesentlich für das Ausbleiben einer gemeinsamen Forschungsgrundlage ist auch das Vakuum einer einheitlichen Definition des Begriffs *Mediums*, was wiederum die notwendige „Basiskategorie“ für einen wissenschaftlichen Objektbestand wäre.¹³⁵ Gerade an dieser Entwicklung zeigt sich sehr deutlich der „rela-

¹²⁹ Helmes, Günter/Köster, Werner (Hrsg.): *Texte zur Medientheorie*. Stuttgart 2002, S. 18.

¹³⁰ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 31.

¹³¹ Kübler: *Auf dem Weg zur wissenschaftlichen Identität und methodischen Kompetenz*, S. 39.

¹³² Magreiter, Reinhard: *Realität und Medialität. Zur Philosophie des ‚Medial Turn‘*. In: *Medienjournal. Zeitschrift für Kommunikationskultur*, 23. Jg., Nr. 1, 1999.

¹³³ Hartmann, Frank: *Medienphilosophie*. Wien 2000, S. 18.

¹³⁴ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 33.

¹³⁵ Hickethier: *Das „Medium“*, S. 51 ff.

tiv unsystematische Charakter der Medienforschung“.¹³⁶ Es lohnt sich dennoch ein Blick auf die theoretischen Grundlagentexte, die maßgeblich die Forschung beschäftigt haben bzw. Erkenntnisse/Sichtweise ergänzen konnten und so das Forschungsinteresse weiter vorantreiben. Eine Abfolge historischer Mediengeschichte und -ereignisse ist durchaus erhellend für thematische Zuordnungen nach Strömungen oder gar Schulen, da auf diese Weise zeitliche wie räumliche Zugehörigkeit weiter verengt wird und grundlegende Texte nicht mehr nur als Einzelphänomene erscheinen. Medienanalytische Literaturwissenschaft hat schließlich immer auch die Aufgabe einer Medienobservation. Nicht zuletzt deshalb lohnt zunächst eine Aufarbeitung, um Denkweisen, Muster und Entstehungsgrundlagen der Wissenschaftszweige nachvollziehen zu können, um diese mit eigenen Erkenntnissen für künftige Entwicklungen anzureichern.

Bereits in der Antike setzte man sich mit den ersten medialen Grundproblematiken auseinander. Platons dialogischer Rede¹³⁷ zwischen Phaidros und Sokrates referiert über die Medienkonkurrenz (Schrift vs. Dialog). In diesem Dialog wird deutlich herausgestellt: die geschriebene Rede kann nicht antworten und ist leblose Schrift. Nur im direkten Gespräch/Rede kann ein Dialog geführt werden. Und dennoch ist Schrift als Multiplikator und Speichermedium unerlässliches Instrument der unmittelbaren Kommunikation. Bereits dort wird die Funktion des Mediums *Schrift* als Speicher- und Wissensmedium deutlich. Auch schwingt hier der Gedanke mit, dass Schrift den *Sinn* des Inhaltes nur im Inneren des Subjekts (mit unterschiedlichen Wissenshorizonten) entstehen lässt. *Sinn* wird bspw. in der Systemtheorie als unabdingbares Korrelat einer operativen Schließung angesehen.¹³⁸ Oliver Jahraus definiert Sinn als: „[...] die Einheit der Differenz von Medium und Form. [Sinn; Anm. d. Verfassers] ist ein medialer, differentieller, autopoietischer Prozess.“¹³⁹ Nonverbale Kommunikation geht aber ebenso durch die Schrift verloren, wie spontane Interaktion mit dem Text. Dennoch geht ein Sinn weit über die bloßen

¹³⁶ Matzker, Reiner: Zur Einführung. Medienbegriff und Medienforschung in ihrer Bedeutung für die Auslandsgermanistik. In: Friedrich Knilli/Reiner Mathker (Hrsg.): Die Rolle der Medien in der Auslandsgermanistik. Frankfurt a. M. u. a. 1989, S. 11-26, hier S. 14.

¹³⁷ Platon: Phaidros oder vom Schönen, S. 85-90.

¹³⁸ Vgl. Luhmann, Niklas: Soziale Systeme - Grundriss einer allgemeinen Theorie. 5. Aufl.. Frankfurt am Main 1994, darin Kap.2; Luhmann: Die Gesellschaft der Gesellschaft, Kap. I. Abs. III. Zur Konzeption des luhmannschen Sinnbegriffs siehe auch Künzler, Jan: Medien und Gesellschaft. Die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Stuttgart 1989, S. 109-119.

¹³⁹ Jahraus: Literatur als Medium, S. 296 u. 298.

Zeichen der Schrift hinaus und kann ohne Veränderungen immer wieder neue Interpretationen hervorrufen. Schriftsprachliche Zeichen dienen in diesem Sinne als mediale Transportmittel des gesprochenen Wortes in einem Sinnzusammenhang.

Geht man mit einem weiteren Zeitsprung auf Aurelius Augustinus zeichentheoretischen Überlegungen¹⁴⁰ zurück in der Geschichte, wird die Funktion von Schrift sogar als Stellvertretermedium dargestellt. Schrift besteht nach dieser Auffassung aus Zeichen und Wörtern, die etwas Bezeichnen oder stellvertretend auf etwas anderes zeigen und dies als Wörter mit Bedeutung versehene Zeichen tun. Auch Augustinus stellt fest, dass Zeichen und Wörter mehr als nur ihren eigentlichen Sinn darstellen bzw. stellvertretend für eine Vielzahl an möglichen Sinnzuordnungen stehen.

Gerade als Gegensatz zur Mündlichkeit markiert die Schrift einen Initialmoment mediengeschichtlicher Entwicklung. Denn erst mit der Schrift gelingt es, das Medium *Sprache* als Gegenstand zu konstituieren. Sprache wird also erst dann rekonstruierbar, wenn sie in einem anderen Medium (z. B. der Schrift) materialisiert wird, bzw. „wenn sie zur phonetischen Schrift wird.“¹⁴¹

Ein weiteres Grundproblem der Schrift als Medium besteht in der Differenz von Zeichen, Bezeichnetem und der interpretativen Form.¹⁴² Auch Luhmann begreift in seinem kommunikativ orientierten systemtheoretischen Ansatz „Schrift als eine Form der Kommunikation, das heißt als Form der Teilung des Kommunikationsraums.“¹⁴³ Gegen die Schrift und ihre Versuche die (wahrnehmbare) Realität von Sinn abzubilden stellt Béla Balász in seinem Werk „Der sichtbare Mensch“¹⁴⁴ die Filmästhetik, die den Menschen in seinen nonverbalen Kommunikationsformen als Ursprache wieder sichtbar machen. Gemeint ist bei ihm die Kinoästhetik, die – ohne Schrift und Sprache – über visuelle Kommunikation als Sprache neu erlernt werden muss. Er stellt damit eine

¹⁴⁰ Augustinus hat hier keine wissenschaftliche Zeichentheorie aufgestellt, sondern vielmehr die Funktion- und Wirkungsweise in dialogischer Rede beschrieben. Siehe hierzu Augustinus, Aurelius: *De magistro / Über den Lehrer*. Stuttgart 1998, S. 57-63.

¹⁴¹ Hiebel, Hans H./Hiebler, Heinz/Kogler, Karl/Walitsch, Herwig: *Die Medien. Logik, Leistung, Geschichte*. München 1998, S. 35.

¹⁴² Siehe hierzu Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 366 ff.

¹⁴³ Luhmann, Niklas: *Die Form der Schrift*. In: Gumbrecht/Pfeiffer (Hrsg.): *Schrift*, 1993, S.349-366, hier S. 350.

¹⁴⁴ Balász, Béla: *Der sichtbare Mensch*. In: B.B.: *Schriften zum Film*. Bd. 1: *Der sichtbare Mensch. Kritiken und Aufsätze 1922-1926*. Hrsg. V. Helmut D. Diedrichs, Wolfgang Gersch, Magda Nagy. München 1982.

Medienkonkurrenz zwischen Bildern, Sprache und Schrift auf, die bereits vor ihm thematisiert wurde. Dennoch war es Balász, der mit seinem Werk weltweit einen der ersten Ansätze systematischer Kinoästhetik publizierte.

Der Wandel der technischen und ästhetischen Möglichkeiten brachte auch einen Wandel im sozialen Denken mit sich. In der Kommunikationswissenschaft beschäftigt man sich bis heute aber nach wie vor nur relativ wenig mit dem sozialen Wandel, obwohl dieser gerade durch medialen Journalismus, öffentlichen Meinungen oder aufgedeckten Normbrüchen maßgeblich mitgestaltet wird. Nach wie vor interessiert sich diese Disziplin vornehmlich für historische und empirische Untersuchungen und beschränkt sich in der Wirkungsforschung vor allem auf psychologische Analysen.¹⁴⁵

Die Medienforschung der Kommunikationswissenschaft interessiert sich hingegen mehr für die Beeinflussung von Wissen, Einstellungen, Gefühlen oder Handlungsweisen, die durch mediales Interagieren beeinflusst werden.¹⁴⁶ Die Effekte der Mediennutzung und -verarbeitung haben vor allem durch Massenmedien einen direkten Bezug auf Individuen und die gesamte Gesellschaft ausgeübt. Veränderte Medienkonstellationen rufen Veränderungen der Leitbegriffe, Sinnsysteme und Mediensysteme hervor. Es wundert in diesem Zusammenhang nicht, dass sich vor allem jene Felder mit einem Strukturwandel beschäftigen, die verstärkt in Medien präsent sind und die hauptsächlich an Meinungsbildung interessiert sind: Politik. So widmet sich verstärkt die Politikwissenschaft empirischen Untersuchungen zum gesellschaftlichen Strukturwandel, der sachgemäß vornehmlich auf die Veränderungen im politischen Bereich abzielt, um den Bedeutungsgewinn des medialen Wandels für eigene Handlungen besser verstehen zu lernen.

Der Strukturwandel und die Massenmedienkommunikation dienen „als Motoren gesellschaftlicher Veränderungen“ und verheißen neuerdings der Kulturwissenschaft „einerseits einen Legitimations- und Bedeutungszuwachs sowohl in der Gesellschaft als auch in der Universität“, doch dies benötigt

andererseits Untersuchungen, die quer zu den Traditionen der Medienwirkungsforschung stehen und zum Teil über das hinausgehen, was bisher geleistet worden ist - vor allem dann, wenn es um

¹⁴⁵ Vgl. Kepplinger, Hans Mathias: Was unterscheidet die Mediatisierungsforschung von der Medienwirkungsforschung? In: Publizistik, 53. Jahrgang, 2008, S. 326-338, hier S. 329.

¹⁴⁶ Siehe hierzu Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. 3. Auflage. Tübingen 2007.

Medienwirkungen zweiter Ordnung geht und danach gefragt wird, wie andere gesellschaftliche Teilbereiche auf den Medienwandel reagiert haben. Hier dürfte interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Spezialisten anderer Fächer unumgänglich sein.¹⁴⁷

Zusammenfassend soll festgehalten werden, dass Medien längst Funktionen wie Unterhaltung, Bildung und Informationsvermittlung übernommen haben. Mit dieser medialen Überlagerung verändern sich Stellenwert und Funktion tradierter Medien kontinuierlich. Daher müssen sich auch etablierte Wissenschaften wie die Literaturwissenschaft stärker in dieses Feld einbringen und ihren Platz gegenüber allen anderen Disziplinen deutlich klarer positionieren. Gerade die ausgeprägte Reflexionskraft der geisteswissenschaftlichen Disziplinen kann ihre Energien für den stark gewandelten Kontext omnimedialer Gesellschaftsstrukturen noch zielorientierter einbringen.

Beispiele für schnelles Umdenken finden sich in Nachbardisziplinen wie der Politik- und Kulturwissenschaft. Hier werden der Strukturwandel durch Medien und die Auswirkung auf gesellschaftliche Entwicklungen zum zentralen Thema von Forschung, Industrie und Wirtschaft gemacht. Sicherlich kommt für alle Forschungszweige die spezielle Herausforderung des unsystematischen Charakters einer Medienwissenschaft in ihrem wissenschaftlichen Umfeld hinzu. Dennoch wird die ungelöste Aufgabe einer Basisdefinition von *Medien* dem Interesse am Objektbestand auch auf Metaebene weiteren Boden für künftige Untersuchungen sichern.

Der Fokus auf die interdisziplinäre Ausrichtung des Forschungsinteresses aller Experten in jedem Fachbereich wird eine noch engere Zusammenarbeit universitärer und marktwirtschaftlicher Forschung erfordern. Welche Anstrengungen die Medienwissenschaft bisher unternommen hat, soll im nachfolgenden Kapitel vorgestellt werden.

¹⁴⁷ Meyen, Michael: Medialisierung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien & Kommunikationswissenschaft, 57. Jahrgang, Heft 1. Hamburg 2009, S. 23-38, hier S. 37f.

2.4. Medientheorie(n)

Unter dem Begriff der *Medientheorie* lässt sich eine Vielzahl von verschiedenen Ansätzen zusammenfassen. So sind zahlreiche (1) *Einzelmedientheorien* zu Schrift, Film und Radio entstanden. Berühmt gewordene Vertreter solcher theoretischen Schriften über Medien sind unter anderem Goody, Arnheim, Brecht, Postmann bis hin zu Weizenbaum, Rheingold und Turkle.¹⁴⁸ Neben Einzelmedientheorien bestehen (2) Ansätze zu *Mediensystemen* wie Literatur, Presse oder Journalismus.¹⁴⁹ Weitere Ansätze einer (3) allgemeinen Charakterisierung von Medien versuchten Autoren wie Horkheimer und Adorno, Baudrillard oder Enzensberger.¹⁵⁰ Mit der Film- und Radiotheorie widmeten sich neue Ansätze einer (4) ästhetischen und gestalterischen Reflexion einzelmedialer Möglichkeiten mit pragmatischer Absicht. Und schließlich gilt es noch die (5) metaphorische Charakterisierung als prägnante Eigenschaften von Medien zu nennen, die sich mit euphorischer Hingabe oder affektgeladener Ablehnung den Medien widmen. Hierzu zählen beispielsweise die Kanalmetapher McLuhans¹⁵¹, das Konzept von Flusser zur telematischen Gesellschaft¹⁵², wie auch der Ansatz Virilios zur Geschwindigkeit¹⁵³.

Als Reflexion physischer, technischer und logischer Medien betrieben, wird *Medientheorie* zum Sammelbegriff aller „Bemühungen, die Identität, die Funktion, den Status etc. von Medien in der Gesellschaft und für den Einzelnen“¹⁵⁴ zu erhellen. Ein solcher Reflexionsbedarf entsteht zumeist in Umbruchphasen von Kommunikations- und Medienkulturen. Medientheorie ist daher nach Faßler immer auch mit Mediengeschichte zu verbinden: „die Rede über Medien ist nicht mehr möglich ohne die Rede über

¹⁴⁸ Vgl. hierzu insbesondere folgende Schriften von Goody, Jack: Die Logik der Schrift und die Organisation von Gesellschaft. Frankfurt a. M.; Arnheim, Rudolf: Rundfunk als Hörkunst. München 1936/1979; Brecht, Berthold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: ders.: Über Politik und Kunst. Frankfurt a. M. 1971; Postman Postman, Neil: Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt am Main 1983; Weizenbaum, Joseph: Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft. Frankfurt a. M. 1978; Rheingold, Howard: Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn/Paris: 1994; Turkle, Sherry: Leben im Netz. Reinbeck bei Hamburg 1998.

¹⁴⁹ Bspw.: Schmidt: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung.

¹⁵⁰ Siehe hierzu: Horkheimer, Max/ Theodor W. Adorno: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Zit. n. Max Horkheimer: Gesammelte Schriften, Bd. 5, Frankfurt a. M. 1987; Baudrillard, Jean: Der symbolische Tausch und der Tod. München 1982; Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Glotz, Peter (Hrsg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München 1997, S. 159-186.

¹⁵¹ Vgl. McLuhan, Marshall: Die magischen Kanäle. Unterstanding Media. Dresden/Basel 1994.

¹⁵² Siehe hierzu Flusser: Kommunikologie.

¹⁵³ Siehe hierzu Virilio, Paul: L'Inertie polaire: essai. Rasender Stillstand. München/Wien 1992.

¹⁵⁴ Metzler-Lexikon: Medientheorie und Medienwissenschaft, S. 252

Medienevolution.“¹⁵⁵ Theoriegeschichtlich beginnt dies bereits in der Antike mit Platons *Phaidros*¹⁵⁶ und seiner paradigmatischen Schriftkritik am hermeneutischen Verständnishorizont. Dieses elementare Problem der Hermeneutik hat bis heute in allen Verstehenslehren Bestand. Medientheorien wurden bisher eher als Medienpragmatik oder Medienphilosophie betrieben.¹⁵⁷ Sie leisten eine Art „Hilfestellung“, damit nicht alles, was kulturtechnisch in den Blick der wissenschaftlichen Betrachtung fällt, auch gleich als Medium erscheint. Es gilt also Medien von Nicht-Medien unterscheidbar zu halten. Detaillierter möchte Lorenz Engell „das Mediale“ vom „Nicht-Medialen unterscheiden, denn wenn schlicht Alles Medium wäre, dann wäre Medium Nichts“.¹⁵⁸

Es bedarf einer Systematik oder Kategorisierung, um die Vielzahl an Beiträgen unter dem Begriff *Medientheorie* zu bündeln. Werner Faulstich versucht sich mit der Erarbeitung einer solchen Systematik der Medientheorien¹⁵⁹ und unterscheidet vier Kategorien:

1. Einzelmedien wie Film-, Hörfunk-, Fernseh-, Theater-, Buch- und Brieftheorien
2. Kommunikationsprozess in kommunikationstheoretischen Medientheorien
3. Gesellschaftskritische Medientheorien
4. Systemtheoretische Medientheorien

Medien und Kommunikation sind ein fortwährender Prozess der Veränderung, die einen maßgeblichen Einfluss auf die Evolutionsgeschichte der Menschen und Kulturen hat. Ohne solche medialen Prozesse wäre unsere Gesellschaft – wie wir sie heute kennen – gar nicht denkbar. Durchdrungen von Medien leben wir in einem Umfeld technischen Fortschritts, kultureller und gesellschaftlicher Individualisierung und globaler Vernetzung. Unser Wissen wird in Medien gespeichert, unsere Kommunikation funktioniert darüber und es ist abzusehen, dass unsere Zukunft noch tiefgreifender durchdrungen, vernetzt und omnimedial sein wird. Wie schon in den vorherigen Kapiteln beschrieben, hat die rasante Entwicklung der letzten Jahre unseren Umgang mit und gegenüber „Medien“ enorm und nachhaltig verändert. Es waren vor allem nonverbale Speichertechno-

¹⁵⁵ Faßler, Manfred: *Cyber-Moderne. Medienevolution, globale Netzwerke und die Künste der Kommunikation*. Wien/New York 1999, S.9.

¹⁵⁶ Platon: *Phaidros oder Vom Schönen*. In: ders.: *Sämtliche Werke*, Bd. 4 Heideberg 1984.

¹⁵⁷ Vgl. Metzler-Lexikon: *Medientheorie und Medienwissenschaft*, S. 253

¹⁵⁸ Engell, Lorenz (Hrsg.): *Kursbuch Medien*. Stuttgart 1999, S. 127.

¹⁵⁹ Vgl. hierzu Faulstich: *Einführung in die Medienwissenschaft*; Faulstich: *Grundwissen Medien*.

logien und die Nutzbarmachung der Elektrizität, die unsere heutige Informationsgesellschaft in ihrer zunehmend digitalisierten Form hervorbrachten. Unsere gegenwärtige Medienkultur lässt sich jedoch auf mehr als nur auf die technischen Innovationen des 19. und 20. Jahrhunderts zurückführen. In diese beiden Jahrhunderte kann aber wiederum die Erfindung und beginnende Verwurzelung der sogenannten „neuen Medien“ verortet werden.

Eine aufstrebende Medienkultur steht immer auch in Relation zu vorherrschenden Macht: Symbolische Kulturformen beinhalten meist dominante Positionen oder hierarchische Strukturen, anderen hingegen nicht. Interessant ist daher auch immer eine genauere Betrachtung, inwiefern kulturelle Muster, Symbole oder Medien mit Machtstrukturen verflochten sind und welche alltäglichen medialen Handlungsspielräume einer Gesellschaft eröffnet werden – oder eben verschlossen bleiben. Eine solche multiperspektivische Beobachtung ermöglicht letztlich ein schnelles Identifizieren von Bruchstellen und Inkonsistenzen der bestehenden Vernetzung. Daran lassen sich besonders deutlich sowohl Unterschiede, als auch Gemeinsamkeiten von Macht- und Medienbeziehungen als übergreifender Vergleich feststellen, um omnimediale Machtbeziehungen auf Metaebene herausstellen zu können. Doch hierauf soll erst in späteren Kapiteln weiter eingegangen werden.

Die Digitalisierung ist bis heute eine treibende Kraft für Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Digitalisierte Inhalte haben alles, was zuvor da war, nachhaltig verändert. Insbesondere das Internet wurde binnen kürzester Zeit zum Bestandteil unseres Alltags und Gesellschaftssystems, auf das nicht mehr verzichtet werden kann. Bei Umfragen, auf welche Medien denn im Alltag verzichtet werden könnte, zeigt sich eine starke altersbedingte Nutzungsabhängigkeit:

Die Ergebnisse zeigen, dass die Bedeutung der einzelnen Medien stark altersabhängig ist. Können über 65-Jährige am wenigsten auf Zeitungen und Zeitschriften verzichten, wird von den 50-64-Jährigen deutlich häufiger der Fernseher und von den 30-49-Jährigen sowie den unter 30-Jährigen das Internet angeführt. Das Handy hat bei den unter 50-Jährigen einen ähnlich hohen Stellenwert wie das Internet. Bei den über 50-Jährigen fallen diese beiden neuen Medien gegenüber den klassischen dagegen deutlich ab.¹⁶⁰

Was sich bei der Begriffsdefinition zu *Medien* in der vorangegangenen Untersuchung bereits als Herausforderung kristallisierte, findet sich auch im Umfeld der Theorien über

¹⁶⁰ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 36.

Medien wieder. Neben Einzelmedientheorien oder der Integration in bestehende Wissenschaftszweige existiert eine Vielzahl an sogenannten *Medientheorien*, die bei genauerer Betrachtung gar keine wissenschaftlichen Theorien sind. Werner Faulstich bündelt in seinen Schriften diese Theorien unter dem Begriff der „Pseudo-Medientheorien“¹⁶¹. Hierzu zählen Aufsätze und Essays, die sich zwar mit Ansätzen im Sinne einer Medien(kultur)wissenschaft auseinandersetzen, dies aber nicht als wissenschaftliche Theorie betreiben und ebenso aus dem Kontext von Einzelmedienwissenschaften herausgelöst sind. Solche Ansätze lassen sich in zwei grundlegenden Richtungen einordnen:

1. Die Ansätze basieren auf einem *Medienapriori*, die einen Grundbegriff der Medien als Begriff in Beziehung zu historischen, gesellschaftlichen, anthropologischen Entwicklungen oder Faktoren stellt.¹⁶²

Friedrich Kittler bezeichnet Medien beispielsweise als anthropologische „Aprioris“¹⁶³, und Norbert Bolz nennt das „Medium“ das „historische Apriori der Organisation der Sinneswahrnehmung.“¹⁶⁴ Besonders interessant ist die Bezeichnung des Aprioris anthropologisch, denn das bedeutet, dass das anthropologische Moment nicht dem Menschen, sondern dem Medium innewohnt. Das Umdrehen der anthropologisch-objektivistischen Position besteht also pointiert darin, das Medium selbst zu konstituieren und gerade nicht den Menschen als anthropologisch zu charakterisieren. In solchen Überlegungen wird dann Geschichte als Mediengeschichte verstanden und alle Ansätze als „gesellschafts- oder kulturtheoretische oder anthropologische [...] Medientheorie bzw. Gesellschafts-, Kultur-, oder sogar auch politische Geschichte [...] reformuliert.“¹⁶⁵ Derlei „Medientheorien“¹⁶⁶ gehen mit der Technikgeschichte einher und zeigen eine veränderte Schwerpunktsetzung und neue Sichtweisen der bisherigen Entwicklung.¹⁶⁷ Diese Ansätze bleiben weitestgehend generalistisch und stellen die entwickelte

¹⁶¹ Vgl. Faulstich: Grundwissen Medien, S. 15.

¹⁶² Vgl. Jahraus: Literatur als Medium, S. 37.

¹⁶³ Kittler, Friedrich: Grammophon, Film, Typewriter. Berlin 1986, S.167.

¹⁶⁴ Bolz, Norbert: Theorie der neuen Medien. München 1990, S.84.

¹⁶⁵ Vgl. Jahraus: Literatur als Medium, S. 37

¹⁶⁶ Hierbei wird insbesondere Bezug auf Harold A. Innis und Marshall McLuhan genommen.

¹⁶⁷ Gerade Friedrich Kittler hat die Geschichte der Technik und insbesondere des Militärs als eine Geschichte der Medien beschrieben. Vgl. hierzu Kittler: Grammophon, Film, Typewriter.

Medientheorie in einen erweiterten Phänomenbereich, um möglichst universell gültig zu bleiben.¹⁶⁸

2. *Literatur* bleibt in diesen Medientheorien die Basis der meist philosophischen Reflexionsebene und löst sich nicht von einer Bewertung der Medien nach technologischen Gesichtspunkten.¹⁶⁹ Es geht hierbei gerade darum, ein Medium herauszustellen, dass per se nicht unmittelbar als Medium im bisherigen Kontext einer technologischen Fragestellung der bildungsbürgerlichen Wahrnehmung offensichtlich ist: nämlich Literatur¹⁷⁰ (als Medium). Ein rein technischer Medienbegriff hat nicht die Leistungsfähigkeit, die es benötigt, um „universalistische Konzeptionen zu tragen.“¹⁷¹ Es sind Anlehnungen an die Konzepte von Wahrnehmung, die es solchen Ansätzen ermöglicht, die Fundierung für einen möglichst großen Phänomenbereich zu etablieren, um so flexibel wie spezifisch zugleich zu sein.

Historisch beginnend ist wohl unbestritten das Werk Walter Benjamins *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*¹⁷² eines dieser Grundlagentexte, die für Medientheoretiker als „Klassiker“ gelten. Darin schreibt Benjamin über den Verfall der Aura von Kunstwerken durch massenmediale (technische) Entwicklungen. Benjamin stellt fest, dass die veränderte Technik eigentlich ein philosophisches Thema ist, bisher aber überwiegend nur von der technischen Seite aus betrachtet wurde. Die Wirkung der neuen Technik auf Verstand und Vorstellungskraft hat die Empfindungen des Menschen gegenüber Technik revolutioniert. Die taktile Rezeption der menschlichen Erfahrung wird um die Erfahrung mit den neuen Medien ergänzt. Die neue Technik hat die Wirklichkeit nicht nur ergänzt, sondern eine eigenständige neue Realität geschaffen. Die Technik ist also nicht ausschließlich destruktiv, sondern ebenso kreativ. In Benjamins

¹⁶⁸ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 37

¹⁶⁹ Vgl. Ebd., S. 37

¹⁷⁰ Vgl. Ebd., S. 37. Hierbei lohnt ebenfalls der Blick auf die Werke von Elm, Theo/Hiebel, Hans H. (Hrsg.): *Medien und Maschinen. Literatur im technischen Zeitalter*, Freiburg i.Br. 1991; Hörisch, Jochen: *Die deutsche Seele up to date. Sakramente der Medientechnik auf dem Zauberberg*. In: Kittler/Tholen: *Arsenale der Seele*. München 1989, S. 13-24; Kittler, Wolf: *Schreibmaschinen, Sprechmaschinen. Effekte technischer Medien im Werk Franz Kafkas*, in: ders./Neumann, Gerhard (Hrsg.): *Schriftverkehr*, Freiburg im Breisgau 1990, S. 75-163; Schütz, Erhard u. a. (Hrsg.): *HighTech – LowLit? Literatur und Technik*. Essen 1991, S. 75-163; Kittler, Friedrich/Matejovski, Dirk (Hrsg.): *Literatur im Informationszeitalter*. Frankfurt a. M. 1996 (=Schriften des Wissenschaftszentrum NRW 2).

¹⁷¹ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 38.

¹⁷² Benjamin, Walter. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie*. Frankfurt a. M. 1966.

Theoremen wird bereits mit den Grundbausteinen von Medientheorie gearbeitet: das Wechselverhältnis von Wahrnehmung durch Medien und deren gesellschaftliche Relevanz.¹⁷³ So entsteht am Ende ein triadisches Modell von Kunst, Massenmedien und der daraus resultierenden spezifischen Wahrnehmung, das die anschließenden wissenschaftlichen Diskurse um Medientheorie immer wieder aufgreifen.¹⁷⁴

Doch gerade das Werk Benjamins ist schwer als *wissenschaftlich* zu bezeichnen. Es existiert von ihm weder ein wissenschaftlich geschlossenes Werk, noch ein philosophisches System.¹⁷⁵ Es ist prägend für das Denken Benjamins, dass seine Überlieferungen überwiegend als Essays vorliegen und damit zumeist Fragmente seiner Ideen bilden. Gerade der essayistische Stil wurde aber später als besonders geeignet für innovative, progressive und unkonventionelle Medientheorieansätze wiederentdeckt. Dieser eher impulsiv-autonome Medienessayismus¹⁷⁶ wird gegenüber konservativ-wissenschaftlichen Restriktionen als aufgeschlossener angesehen.

Benjamin hat vor allem mit seinen Überlegungen zum Kameraobjektiv Aufsehen erregt, welches dem Betrachter das „Optisch-Unbewusste“¹⁷⁷ im wahrsten Sinne vor Augen hält und damit den Blick in bislang ungeahnte Bildwelten öffnet, deren Existenz man sich vorher nicht hätte träumen lassen. Im Zentrum seines Kunstwerkaufsatzes stellt Benjamin die Fotografie und den Film. Beide Medien können durch ihre Technik mittels Vergrößerung und Zeitlupe Details aus der Realität herausfiltern, die dem menschlichen Auge sonst entgangen wären.

Benjamin stuft die neuen Möglichkeiten durch die technischen Innovationen von Fotografie und Film vor allem für die Kunst als sehr bedeutsam ein. Für ihn stellt sich nicht die Frage, ob die neuen Medien überhaupt eine Kunst darstellen, sondern wie sie den „Gesamtcharakter der Kunst“¹⁷⁸ verändert haben. Mit seinen Ansätzen formte Benjamin die Erkenntnis, dass sich in epochalen Abständen die menschlichen Sinneswahr-

¹⁷³ Hier bezieht Benjamin die Kunst vor allem auf die neuen Technologien von Photographie und Film und entwickelt im Kontext dieser Massenmedien seine weiteren Überlegungen.

¹⁷⁴ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 38.

¹⁷⁵ Vgl. Kloock/Spahr: *Medientheorien*, S. 13.

¹⁷⁶ Siehe als Einführung zu Schriften von den hier als „Medien-Essayisten“ bezeichneten Autoren in Kloock/Spahr: *Medientheorien*.

¹⁷⁷ Benjamin, Walter: *Medienästhetische Schriften*. Frankfurt a. M. 2002, S.376.

¹⁷⁸ Benjamin, Walter: *Gesammelte Schriften*. In: Tiedemann, Rolf / Schweppenhäuser, Hermann (Hrsg.): *Frankfurt a. M. 1972-1989*, S. 362.

nehmungen gemeinsam mit den Medien verändern. Medien konstruieren die wahrnehmbare Wirklichkeit und zwingen uns damit stets, das bestehende Selbstverständnis aus einer anderen Perspektive zu betrachten. Der untrennbare Zusammenhang von Wahrnehmung und Medialität folgt der medientheoretischen Folgerung, dass es keine Wahrnehmung gibt, die durch ihre natürliche Gegebenheit ausreichend bestimmbar ist. Medien sind aber nichts, was die natürliche Bestimmung von Wahrnehmung erweitern, ergänzen oder verfälschen könnte. Die Aisthesis ist daher auch immer eine des Mediums. Sie ist medial determiniert und a priori artifiziell affiziert.

Innerhalb großer geschichtlicher Zeiträume verändert sich mit der gesamten Daseinsweise der menschlichen Kollektiva auch die Art und Weise ihrer Sinneswahrnehmung. Die Art und Weise, in der die menschliche Sinneswahrnehmung sich organisiert – das Medium, in dem sie erfolgt, ist nicht nur natürlich sondern auch geschichtlich bedingt.¹⁷⁹

Medien sind daher nicht nur rein technische oder neutrale (Ver)Mittler zwischen zwei Punkten, sondern radikalieren durch die veränderte Wahrnehmung – bei Benjamin vor allem durch filmische Apperzeption – eine ganze Kultur und deren Weltbild. Um mit den Worten Régis Debrays zu sprechen: „Die Technik erlaubt, das Milieu filtert und der Mensch disponiert.“¹⁸⁰ Laut Benjamin ist mit der massenhaften technischen Reproduzierbarkeit von Kunstwerken ein Verfall der Aura des Kunstwerks verbunden, der mit den technischen Medien zerstört werde.¹⁸¹ Noch nie zuvor war das Verhältnis der „sich rasch erneuernden Kommunikationsindustrien“ und dem „Rhythmus“ der kulturellen „Übermittlungsinstitutionen“¹⁸² so prekär wie heute.

Noch populärer als Vorreiter von Medientheorie wurde nach Benjamin der Kanadier Marshall McLuhan.¹⁸³ Auch seine Werke sind heute ein wichtiger Bestandteil einer jeden Basisliteratur zu Medien oder Medientheorie¹⁸⁴. Es war McLuhan, der die Geschichte der Medien in die Geschichte der Kultur überführte und damit die Diskussion

¹⁷⁹ Benjamin: Medienästhetische Schriften, S. 356.

¹⁸⁰ Debray: Introduction à la Médiologie, S. 110.

¹⁸¹ Benjamin: Gesammelte Schriften, S. 353.

¹⁸² Debray: Introduction à la Médiologie, S. 14.

¹⁸³ Zu seinen berühmtesten Schriften zählen *Die Gutenberg-Galaxis* und *Die magischen Kanäle. Understanding Media*.

¹⁸⁴ Hier sind vor allem zwei Anthologien zu nennen, die sich selbst als „Auswahl von medientheoretischen Quellentexten“ verstehen. Siehe Engell, Lorenz (Hrsg.): *Kursbuch Medien*. Stuttgart 1999; Schöttger, Detlev: *Von der Stimme zum Internet. Texte aus der Geschichte der Medienanalyse*. Göttingen/Zürich 1999.

weiter anfachte. Er bezeichnet Medien als „Extensions of Man“¹⁸⁵, die die Aufgabe haben, die eingeschränkten Funktionen des menschlichen Körpers künstlich zu erweitern. Dabei folgt McLuhan einer chronologischen Reihenfolge (orale, literale, typographische und elektrische Kulturstufe) historisch dominanter Leitmedien und verknüpft Medientheorie auf diese Weise mit der Kulturgeschichte.

Von ihm stammt das Stichwort, auf das sich zahlreiche folgende Überlegungen beziehen: die Gutenberg-Galaxis.¹⁸⁶ Seine These vom Ende der Gutenberg-Ära wurde zunächst vor allem in Kanada und den USA mit großem Interesse verfolgt. Trotz seines vagen Medienbegriffs avanciert seine Mediengeschichte zum grundlegenden Klassiker und fördert die öffentliche und akademische Diskussion auch in Deutschland wesentlich. McLuhan baut in seinen Gedanken auf die Werke von Harold A. Innis auf, der bereits eine Mediengeschichte der Zivilisation verfasst hatte.¹⁸⁷ Innis formuliert eine seiner zentralen Erkenntnisse mit den Worten:

Wir können wohl davon ausgehen, dass der Gebrauch eines bestimmten Kommunikationsmediums über einen langen Zeitraum hinweg in gewisser Weise die Gestalt des zu übermittelnden Wissens prägt. Auch stellen wir fest, dass der überall vorhandene Einfluss dieses Mediums irgendwann eine Kultur schafft, in der Leben und Veränderungen zunehmend schwieriger werden, und dass schließlich ein neues Kommunikationsmittel auftreten muss, dessen Vorzüge eklatant genug sind, um die Entstehung einer neuen Kultur herbeizuführen.¹⁸⁸

Innis wie McLuhan verfolgen den Gedanken einer positiven Medienevolution und sehen darin die Möglichkeit einer von Alphabetisierung gelösten Intermedialität¹⁸⁹, die keine entsprechende Bildungsvoraussetzung postuliert. Das berühmte Zitat „the medium is the message“¹⁹⁰ ist nur im Kontext dieser Medienevolution zu verstehen, da bereits das technische Format mögliche Inhalte determiniert. Benjamin und McLuhan erkennen beide, dass sich in verschiedenen Zeitabständen die Sinneswahrnehmung der Menschheit durch mediale Entwicklungen verändern und die gesamte Realität und Kultur dieser Gesellschaft bestimmen.

¹⁸⁵ So der Untertitel des berühmten Werkes; Vgl. McLuhan, Marshall: *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York 1964.

¹⁸⁶ McLuhan: *The Gutenberg Galaxy*.

¹⁸⁷ Siehe hierzu die Schriften Innis, Harold: *Empire and Communications*. Oxford 1950; Ders.: *The Bias of Communication*. Toronto 1951; Ders.: *The Strategy of Culture*. Toronto 1952.

¹⁸⁸ Innis: *The Bias of Communications*, S. 96

¹⁸⁹ McLuhan meint hier eine grundlegende Intermedialität: der Inhalt eines Mediums ist immer ein anderes Medium. So beinhalten Texte Sprache, Filme Darstellungen, MP3-Player Musik etc.

¹⁹⁰ McLuhan: *The Medium is the Message*.

Régis Debray knüpft mit seiner Mediologie an die Ansätze McLuhans an, vertritt aber die Ansicht, dass der Einfluss einzelner Medien auf kulturelle Formation überschätzt wird. Denn, so meint Debray zu erkennen, ein Medium allein bringt keine bestimmte Kulturform hervor. In *Vie et mor de l'image*¹⁹¹ beschäftigt sich Debray sehr intensiv mit der medialen Geschichte des Bildes, um technische, symbolische und soziopolitische Prozesse mit dem Begriff der Übertragung (transmission) zusammenzubringen. Zugespielt formuliert Debray: „Sage mir, was Du siehst, und ich sage Dir, warum Du lebst und wie Du denkst.“¹⁹²

Umberto Eco hat 1986 in den medientheoretischen Diskursen positive wie negative Sichtweisen über die mediale Entwicklung der Gesellschaft in „Apokalyptiker“ und „Integrierte“¹⁹³ unterschieden. Als Integrierte bezeichnete er all diejenigen, die die Medientechnologie übergreifend positiv bewerten und sich produktiv mit ihr beschäftigen. Dabei verstanden sich Autoren wie McLuhan selbst als in diese Welt „integriert“ und in Kultur und Gesellschaft integrativ verortet. Als Apokalyptiker bezeichnete Eco all jene, die sich selbst aus den Entwicklungstendenzen ausnehmen und diese Form der Kulturation negativ beurteilen.

Neben Herausbildung von Schulen wie z. B. der „Toronto School“¹⁹⁴ um Innis und de Kerckhove stellen diese Ansätze dennoch keinen tiefgreifenden Umbruch für eine Medientheorie dar. Dies mag zum einen daran liegen, dass ihr unakademischer und essayistischer Stil weitere Fragestellungen aufwirft, zum anderen daran, dass die innovativen Einzelwissenschaften keine konsistente Theoriebildung verfolgen. So kristallisierten sich die Ansätze letztlich nur als Einzelpositionen einer medienorientierten Phänomenologie heraus.

Interessanter ist dennoch festzustellen, dass die Ansätze zumeist auf Massenmedien ausgelegt und damit auf „hochkomplexe Konkretisierungsformen von Medien bezogen“¹⁹⁵ sind. Keiner der Ansätze versucht auf einen allgemeinen Medienbegriff zu fokus-

¹⁹¹ Vgl. Debray: *Vie et mort de l'image*.

¹⁹² Debray: *Vie et mort de l'image*, S. 296.

¹⁹³ Eco, Umberto: *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*. Frankfurt a. M. 1986

¹⁹⁴ Hierzu zählen prominente Schriftforscher wie McLuhan, de Kerckhove, Innis, Havelock, Goody oder Ong, um nur ein paar Vertreter dieser Forschungsrichtung zu nennen.

¹⁹⁵ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 40

sieren, sondern sie definieren Medien vorwiegend als *technische* Realisierungsmedien. Allen Ansätze gemein ist, dass Sie sich als anschlussfähige Grundlage einer ersten wirklichen Medientheorie etablierten: der Filmtheorie. Die Filmtheorie geht zurück auf die Überlegungen und Schriften Walter Benjamins, Siegfried Kracauers oder Béla Baláz¹⁹⁶, die von Adorno und Horkheimer in der Frankfurter Schule zu einer kritisch-materialistischen Medientheorie¹⁹⁷ ausgebaut wurde. In den folgenden Jahren entwickeln sich weitere Ansätze, die ein ausgeprägtes Interesse haben für die

Differenz von oralen und literalen Kulturen, für die wahrnehmungstheoretischen Implikationen von Schriftkultur und die gesellschaftlichen sowie philosophisch-erkenntnistheoretischen Effekte des Mediums der Schrift.¹⁹⁸

Bedeutend bei diesen Forschungsansätzen sind vor allem Autoren wie Walter J. Ong, Eric A. Havelock oder Jack Goody/Ian Watt¹⁹⁹ geworden. Ein weiterer wichtiger Vertreter dieser Kategorie ist Vilém Flusser, der weit außerhalb einer fachspezifischen Sichtweise seine Erkenntnisse aus einer enormen Anzahl von Bezügen entwickelt. Verbindliche Standards aus Natur- und Geisteswissenschaft werden mit Termini quer aus allen Wissenschaftszweigen gesprengt und miteinander vernetzt. Wichtig ist Flusser dabei vor allem der Umgang der Gesellschaft und Kultur mit Informationen, die sich eng verbunden mit der Struktur der Medien als nachgeschichtlich in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit seiner Werke stellen. Er entwickelt daraus eine eigene Kulturgeschichte der Medien. Flusser geht hier von einem Wandel zur digital kodifizierten Welt aus, die sich mit negativen Auswirkungen in der Kultur bemerkbar macht. Kulturpessimistisch zieht er daher eine Verlustbilanz seiner kommunikativen und technischen Rekonzeptualisierung der Medien.

Wie bereits vor ihm McLuhan, so hat auch Flusser stets darauf aufmerksam gemacht, dass Aussagen über Medien selbst den medialen Bedingungen unterliegen. Dies wirkt

¹⁹⁶ Siehe zu den genannten Autoren u. a. die Schriften Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit; Kracauer, Siegfried. Von Caligari zu Hitler. Eine psychologische Geschichte des deutschen Films. Frankfurt a. M. 1984; Baláz: Der sichtbare Mensch.

¹⁹⁷ Göttlich, Udo: Aspekte einer kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel von Theodor W. Adorno, Leo Löwenthal und Raymond Williams. In: Helmut Schanze (Hrsg.): Medientheorien – Medienpraxis. Siegen 1994 (Arbeitshefte Bildschirmmedien 48).

¹⁹⁸ Jahraus: Literatur als Medium, S. 41.

¹⁹⁹ Siehe hierzu die Schriften Ong, Walter J.. Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. Opladen 1987; Havelock, Eric A.: Schriftlichkeit. Das griechische Alphabet als kulturelle Revolution. Weinheim 1990; Goody, Jack /Watt, Ian. Konsequenzen der Literalität. In: Literalität in traditionellen Gesellschaften. Frankfurt a. M. 1981.

sich auch auf die Umschreibung der eigenen Denkmodelle aus: McLuhan stellt der linearen und literalen Denkfigur der Schrift sein aphoristisches Bild eines Mosaiks²⁰⁰ gegenüber und Flusser bezeichnet sein ausschweifendes Denkprinzip als nomadische Medienphilosophie.²⁰¹ Es gilt daher den Theoremen solcher Autoren mit einer gewissen Offenheit entgegenzukommen, wenn man auf der Suche nach wissenschaftlichen Anknüpfungspunkten auch in solchen Medientheorien weiteren Spuren nachgeht.

Trotz zahlreichen (unwissenschaftlichen) Herangehensweisen sind Einzelne – explizit mit dem Vorzeichen wissenschaftlicher Theoriebildung – innerhalb der Entwicklungshistorie immer wieder hervorgetreten. An dieser Stelle ist der Name Norbert Bolz mit seiner „Theorie der neuen Medien“²⁰² zu nennen. Bolz charakterisiert die Entwicklung der Medien als Stationen einer philosophischen Umbruchphase.

Alle notwendigen Informationen stehen zur Verfügung, doch der Zugang wird zum strengen Selektionsakt. Man kann ja unter den neuen Medienbedingungen einer Sinnflut des Sinns nicht wirklich wissen, was man alles weiß [...] Die Herausforderung des Informationszeitalters sind Selektion und Zugang.²⁰³

Mit der fortschreitenden Bedeutung des Fernsehens in der zunehmend mediatisierten Gesellschaft wird McLuhans medienhistorisches Konzept von Neil Postmann²⁰⁴ wieder aufgegriffen und – mit Gegenüberstellungen im benjaminschen Argumentationsstil – vorrangig mit kulturpessimistischer Sichtweise dargestellt. Seine Gedanken sind bestimmt von der Annahme, dass Medien immer eine ganz bestimmte Welt hervorbringen, die großen Einfluss auf das Klima der Kultur ausübt. Postmann weist explizit auf die Gefahren der Fernsehgesellschaft gegenüber einer Buchgesellschaft für die gesamte Kultur hin und endet mit der Empfehlung einer Rückkehr zur Buchkultur. In der Buchkultur verortet er das Lesen, die Konzentration, die Vernunft, die Logik, die Scham, das Urteil und die Geschichte.²⁰⁵ Mit einer Fernsehkultur verbindet er das Bild, das Entertainment, die Irrationalität, die Psychologie, die Enthüllung, die Infantilisierung, die Stimmung und die Gegenwart.²⁰⁶ Das blinde Vertrauen in die Technik bringt nach

²⁰⁰ McLuhan: Gutenberg-Galaxis, S. 327.

²⁰¹ Kloock/Spahr: Medientheorien, S. 83.

²⁰² Bolz: Theorie der neuen Medien.

²⁰³ Norbert Bolz: Am Ende der Gutenberg-Galaxis, S. 214 f.

²⁰⁴ Im deutschsprachigen Raum ist Postmann vor allem mit seinen Schriften „Das Verschwinden der Kindheit“ und „Wir amüsieren uns zu Tode“ bekannt geworden.

²⁰⁵ Vgl. Jahraus: Literatur als Medium, S. 43.

²⁰⁶ Vgl. ebd., S. 43.

Postman eine Technopol-Kultur hervor, welche sich der Herrschaft der Technik unterwirft und den Computer als oberste Machtinstanz akzeptiert hat. Angelehnt an Gedanken von McLuhan und Innis untersucht Postman vor allem die Kommunikation der Gesellschaft, um daraus Rückschlüsse auf die Kultur zu erlangen. Ausgehend vom Diktum McLuhans – das Medium ist die Botschaft – interessiert sich Postman für den Einfluss von Medien auf das soziale Leben. Postman argumentiert die aus seiner Sicht zunehmende Orientierung an Unterhaltungsbedürfnissen auf Kosten von Information und Bildung aus einer medienökologischen Perspektive.

Vergleichbar pessimistisch sieht Paul Virilio die Entwicklung der Kultur durch die veränderte Funktion von Medien. So lesen sich die Schriften von Paul Virilio über die „Ästhetik der Geschwindigkeit“²⁰⁷ an so mancher Stelle geradezu wie ein Manifest seiner Dromologie²⁰⁸. Oder drastischer formuliert als „mediale Apokalypse“²⁰⁹. Den Schwerpunkt seiner Medientheorie bilden das medienimmanente Geschwindigkeitsverhältnis und die Wahrnehmung dieses Verhältnisses. Die Basiseinheit der Information wird nur als eine Funktion von Geschwindigkeit angesehen. Virilio zeichnet die Geschichte der Gesellschaft als eine Geschichte der stetig ansteigenden Geschwindigkeit und sieht den stärksten Einschnitt mit der Erfindung der technisch-elektrischen Medien. Ab hier beginnt für ihn eine neue Weltordnung, bei der sich die Dinge auflösen und sich die raumzeitlichen Wahrnehmungsmöglichkeiten des Menschen vom „Hier und Jetzt“ entfernt haben. Alles was der Mensch wahrnehmen kann, ist vom realen Raum gelöst und geschieht nur noch in einer „Echtzeit“, die – als Lichtgeschwindigkeit – nicht weiter gesteigert werden kann und damit die Geschichte der Beschleunigung mit dem permanenten „jetzt“ ihr Ende gefunden hat.²¹⁰

Mit der Ästhetik des Verschwindens bezeichnet Virilio das Verschwinden von Wahrnehmungsfähigkeit als „Exterritorialisierung des Menschen aus seiner raumzeitlichen Erfahrungswelt durch militärische Medientechnik und Militärtechnik.“²¹¹ Virilio zeigt

²⁰⁷ Siehe hierzu auch die Schriften zu Geschwindigkeit und Politik Virilio, Paul: *Vitesse et politique*. Geschwindigkeit und Politik: ein Essay zur Dromologie. Berlin 1980; Ders.: *Rasender Stillstand*.

²⁰⁸ Virilio nennt sein Wissens- und Forschungsgebiet nach „dromos“ = Lauf, im Sinne der Logik des Laufs bzw. der Geschwindigkeit. Vgl. Virilio, Paul: *Der reine Krieg*. Berlin 1984, S. 45.

²⁰⁹ Metzler-Lexikon: Medientheorie und Medienwissenschaft. S. 254

²¹⁰ Vgl. Virilio, Paul: *La vitesse de libération: essai*. Fluchtgeschwindigkeit. München/Wien 1996, S. 57.

²¹¹ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 43.

anhand von Bildmedien, wie unser Bewusstsein durch Beschleunigungsprozesse zum Verschwinden gebracht wird.²¹² Darunter versteht er ein militärmedientechnisches Denken mit dem Ziel der militärischen Überlegenheit. Virilio macht – üblich dem Topos solcher Medientheorien – keine Unterscheidung zwischen Medientechnik und Militärtechnik. Genuin für Virilio ist ein enger Zusammenhang zwischen Krieg und Medien. Krieg stellt die Ursache einer „Automatisierung von Wahrnehmung“²¹³ dar, die ihren Effekt in den Medien technisch visualisiert.

Auch Friedrich Kittler sieht einen engen Zusammenhang zwischen Krieg und Medien und baut seine Medientheorie auf einem technischen Medienbegriff auf, obwohl sein Ansatz die erste umfassende literaturwissenschaftlich-diskursanalytische Medientheorie darstellt.²¹⁴ Gerade der Bezugsrahmen auf die letzten 200 Jahre verpflichtet sich einer historischen, gesellschaftlichen, technischen und auch militärischen Entwicklung, die schnittpunktartig Einschnitte in der Medientheorie markieren. Kittler zeigt damit deutlich die Schnittstelle der Literaturwissenschaft zur Medienwissenschaft auf. Beheimatet im Umfeld literaturwissenschaftlicher Theorie versuchen auch andere Autoren wie Götz Großklaus, Michael Wetzel, Michael Gieseke, Fritz Reiner oder eben Friedrich Kittler der symptomatischen Krise der Literaturwissenschaft mit neuen oder ungewöhnlichen Medientheorien entgegenzutreten.²¹⁵

Kittler bezeichnet den Krieg als „Vater aller Dinge“.²¹⁶ Technische Erfindungen sind für ihn und viele andere immer wieder das Resultat militärischer Forschung und kriegerischer Auseinandersetzung. Kittler macht technische Erfindungen immer wieder an historisch-militärischen Konfrontationen in drei Phasen fest: 1. Phase: Die Erfindungen seit dem amerikanischen Bürgerkrieg sind Speichertechniken für Akustik, Optik und Schrift (Film, Grammophon und Typewriter). 2. Phase: Seit dem Ersten Weltkrieg wurden elektrische Speicher- und Übertragungstechniken wie Radio und Fernsehen weiter

²¹² Vgl. Virilio, Paul: *Esthétique de la disparition. Die Ästhetik des Verschwindens*. Berlin 1986, S. 117.

²¹³ Virilio, Paul: *La Machine de vision. Die Sehmaschine*. Berlin 1989, S. 136.

²¹⁴ Kittler, Friedrich: *Aufschreibsysteme 1800/1900*. 1. Aufl. München 1985, 2. Erw. u. korrig. Aufl. 1987. 3., vollst. überarb. Aufl. 1995; ders.: *Grammophon, Film, Typewriter*; ders.: *Draculas Vermächtnis*.

²¹⁵ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 43f.

²¹⁶ Vgl. Kittler: *Grammophon, Film, Typewriter*, S. 6

ausgebaut. Die 3. Phase verschaltet seit dem Zweiten Weltkrieg mathematische Definitionen mit elektrischen Techniken²¹⁷ (Computer) zu digitalisierten Kombinationen.

Kittler versucht 1985 in seinem Werk *Grammophon, Film, Typewriter* den differenzierungsschwachen Medienbegriff von McLuhan zu überwinden, indem er Medien ausnahmslos in eine Historie der Evolutionsfunktionen, *Speichern – Übertragen – Bearbeiten* definiert.²¹⁸ Für Kittler sind bereits die frühen Innovationen das erste Merkmal der „Technisierung von Information“²¹⁹. Mit der getrennten Aufnahme von Geräuschen, Schriften und Bildern teilen die Maschinen die einst natürliche Kombination.

Ganz im Sinne Luhmanns²²⁰ sieht auch Kittler eine fortwährende Trennung und Ausdifferenzierung durch Medien. Dieses Zerhacken und Zertrennen wertet Kittler als ein zusätzliches Indiz der Medienradikalisierung. In Bezug auf unseren Körper wird Mensch, Seele und Material physisch voneinander getrennt und damit autonom. „Der sogenannte Mensch zerfällt in Physiologie und Nachrichtentechnik.“²²¹ Dass elektrische bzw. elektronische Medien diese Trennung dann wieder durch Verschaltung aufheben können, „ändert nichts am Faktum dieser Ausdifferenzierung.“²²²

Reiner Matzker will hingegen den Medienbegriff als Basis einer konstitutiven Definition von allen technischen Implikationen befreien und fokussiert sich auf das Medium der Phänomenalität.²²³ Sein Grundprinzip basiert auf der Annahme, dass alles Bewusstsein auf medialer Wahrnehmung beruht und sich technische Realisierungen von dieser elementaren Medialität ableiten lassen; oder zumindest auf sie zurückführen. Matzker verfolgt das Ziel, einen Beitrag „für die germanistische Medienwissenschaft grundlegenden Medienauffassung“²²⁴ zu leisten. Auch Frank Hartmann versucht einen nicht techni-

²¹⁷ Alan Turings *Computability* (1936) diene als Namenspatron für die Bezeichnung *Computer*. Siehe hierzu auch Turing, Alan M.: On Computable Numbers, with an Application to the Entscheidungsproblem. In: Proceedings of the London Mathematical Society 2, Band 42. 1937.

²¹⁸ Vgl. Metzler Lexikon – Literatur und Kulturtheorie. Ansätze – Personen - Grundbegriffe. Nünning, Ansgar (Hrsg.). Stuttgart/Weimar 2001, S. 307.

²¹⁹ Kittler: *Grammophon, Film, Typewriter*, S. 4.

²²⁰ Siehe hierzu Luhmann, Niklas: Das Problem der Epochenbildung und die Evolutionstheorie. In: Epochen-schwellen und Epochenstrukturen im Diskurs der Literatur- und Sprachgeschichte. Frankfurt a. M. 1985, S. 11-33.

²²¹ Vgl. Kittler: *Grammophon, Film, Typewriter*, S. 29.

²²² Vgl. ebd., S. 27.

²²³ Matzker: *Das Medium der Phänomenalität. Wahrnehmungs- und erkenntnistheoretische Aspekte der Medientheorie und Filmgeschichte* München 1993.

²²⁴ Vgl. Matzker, Reiner: *Das Medium der Phänomenalität*.

schen Medienbegriff in seiner *Medienphilosophie* als „Reflexion einer medienbestimmten Kultur und Lebenswelt“²²⁵ für die germanistische Medienwissenschaft fruchtbar zu machen. Er konzentriert sich hierbei auf soziale und kulturelle Relevanz und rückt die kognitiven und subjektiven Begründungen kritisch ins Blickfeld.²²⁶

Einige kritische Beobachtungen zeitgenössischer Medien und den Verhältnisbestimmungen von Literatur und Medien finden sich in den Schriften von Hans Magnus Enzensberger.²²⁷ In seinem Essay *Das Nullmedium* sieht er am Beispiel des Mediums Fernsehen eine Entwicklung hin zur Absorption von manipulativer Medienfunktionalität – ein Nullmedium, das nur noch „eine wohldefinierte Methode der genussreichen Gehirnwäsche“²²⁸ darstellt. Enzensberger – selbst Schriftsteller und Poet – weist damit bereits auf die Grenzen der Übertragbarkeit von Literaturwissenschaft auf audiovisuelle Medien hin. Sein zweites häufig diskutiertes und zitiertes Essay über Medien stammt aus dem Jahr 1970 und trägt den bezeichnenden Titel: *Baukasten zu einer Theorie der Medien*. Hierin vertritt Enzensberger noch eine kritische Haltung gegenüber repressivem Mediengebrauch. Im späteren Essay *Nullmedium* hat er bereits die Erkenntnis gewonnen, dass sich Medien – bei Enzensberger vor allem am Beispiel Fernsehen exerziert – nicht für bewusstseinsmanipulative Funktionsweisen instrumentalisieren lassen. Vielmehr sieht er eine Absorption des Bewusstseins durch das Fernsehen; warum er es auch als Nullmedium bezeichnet. Leider bleibt Enzensberger durch seinen Essayismus ein theoretisches Konzept im Sinne einer wissenschaftlichen Definition schuldig.²²⁹ Ein weiteres symptomatisches Indiz für den Pluralismus solcher autonomen Medientheorien.

Neuere Theorieansätze wie die systemtheoretisch-konstruktivistischen Konzepte von Niklas Luhmann oder Siegfried Schmidt versuchen sich in generalistischer Theoriebildung zu Medien und Kommunikation. Vor allem die Basistheorie von Luhmann aus dem Band *Soziale Systeme*²³⁰ von 1984 löst in der Literatur- und Kommunikationswissenschaft einen regen Diskurs aus. Luhmann charakterisiert intermediale Zusammen-

²²⁵ Vgl. Hartmann: *Medienphilosophie*, S. 18.

²²⁶ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 46

²²⁷ Enzensberger: *Baukasten einer Theorie der Medien*; ders.: *Das Nullmedium*.

²²⁸ Enzensberger: *Baukasten einer Theorie der Medien*, S. 155.

²²⁹ Vgl. Jahraus: *Literatur als Medium*, S. 48

²³⁰ Luhmann: *Soziale Systeme*.

hänge als (soziale) Systeme, die in autopoietischen Strukturen binnendifferenziert sind. Schmidt hingegen sieht in Medien vor allem eine instrumentalisierte Form individueller und sozialer Wirklichkeitskonstruktionen, die an den persönlichen wie sozialen Bereich strukturell gekoppelt sind.²³¹ Er sieht eine Schlüsselrolle der Medien in der autopoietischen Reproduktion der Kultur und ihrer Wirklichkeit.

Durch eine mediale Omnipräsenz verändern sich auch soziale Wirklichkeitskonstruktionen: „Das Programm Kultur realisiert sich als Medienkultur, und man könnte fast hinzufügen: und als nichts anderes.“²³² Doch trotz aller kulturgesellschaftlichen Medienumbrüche gilt auch hier das häufig zitierte Gesetz von Wolfgang Riepl, dass alte Medien niemals von neuen Medien verdrängt werden, sondern sich *neben* diesen einen Platz erhalten. Medien werden,

wenn sie nur einmal eingebürgert und für brauchbar befunden worden sind, auch von den vollkommensten und höchst entwickelten niemals wieder gänzlich und dauerhaft verdrängt und außer Kraft gesetzt werden (...), sondern (werden) sich neben diesen erhalten, nur dass sie genötigt werden, andere Aufgaben und Verwertungsgebiete aufzusuchen.²³³

Auch wenn neue Medien nicht unmittelbar die Funktion alter Medien auflösen, so lässt sich dennoch festhalten, dass sich mit jedem neuen Medium die Konstellation aller Medien im Medienverbund verändert und einen spezifizierten Mediengebrauch auslöst. Eine solche Ausdifferenzierung wird aber erst vom neuen Medium rückwirkend auf die bereits bestehenden Medien profiliert. Oder anders gesagt: Erst durch neue Medien wird das Profil und die Funktion der „alten“ Medien differenziert und es rückt eine klarere Abgrenzung zum neuen Medium in den Fokus.²³⁴ Medien lassen sich – als Konstanten einer Forschungssituation und Mediengeschichte – auch immer mit Kultur als Gesamtzusammenhang in entsprechender Ausdifferenzierung verorten. Und jede Kultur schärft die Konturen ihrer Medien im Hinblick auf die Abgrenzung zum jeweils dominierenden System entweder durch Zustimmung oder Ablehnung.

²³¹ Siehe hierzu Schmidt: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung.

²³² Schmidt, Siegfried J.: Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt/Main 1992, S. 425-450, hier S. 447.

²³³ Vgl. Riepl, Wolfgang: Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer. Leipzig/Berlin 1913.

²³⁴ A. und J. Assmann prägen dabei die schöne Formulierung „vom Ufer einer neuen – elektronischen – Medienkultur aus“ die Abgrenzung zur alten Medienkultur erst erforschen zu können. Siehe hierzu: Assmann, Aleida/Assmann, Jan: Schrift – Kognition – Evolution. Eric A. Havelock und die Technologie kultureller Kommunikation. In: Havelock: Schriftlichkeit, 1990, S.1-35, hier S. 3.

An dieser Stelle lässt sich zusammenfassend für das Kapitel festhalten, dass neue Medien alte Medien nicht vollends verdrängen, sondern diesen nur einen neuen Platz im System zuweisen. Zumeist sind von dieser Neuverortung auch die bisherige Funktion und der situative Gebrauch des Mediums betroffen. Gerade die Gewohnheit im Umgang alter Medien ruft durch die radikale Veränderung der bisherigen Lebenswelten mit Beschleunigung und medialem Wirkungsumfang sehr sensible Reaktionen hervor. Dem plötzlichen Komplexitätsgrad der medialen Alltagswelt gegenübergestellt sehen sich vor allem die kriegsgeprägten Industrienationen mit neuen und zunächst unabsehbaren Herausforderungen konfrontiert. Traditionelle Werte und stabilisierende Faktoren analoger Umwelten werden durch die neuen Medien innerhalb kürzester Zeit in Frage gestellt. Insbesondere mit der Digitalisierung von Medien kommen die treibenden Kräfte des Wandels aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Digitale Medien haben alles, was es zuvor gab, nachhaltig verändert. Mit dieser radikalen Veränderung lassen sich rückwirkend schließlich auch Konturen des Wandels von Kultur und Gesellschaft ausmachen und zuordnen – durch positive Zustimmung oder negative Ablehnung im Umgang und Verständnis der jeweils neuen Medien. Aus diesem Grund ist Medientheorie auch mit Mediengeschichte historisch verbunden. Hier finden sich Ansätze und Versuche wie beispielsweise die Systemtheorie von Luhmann. Sie weisen Kommunikation und Medien eine exponierte Rolle für Kultur und Wirklichkeit zu. Medien erscheinen hier als komplexe soziale Handlungsräume, die sich durch kommunikative Interaktion zu Programmen wie Kultur und Gesellschaft zusammenfassen lassen. Medien radikalisieren die Wahrnehmung unserer Umwelt und prägen damit alle Lebensbereiche von der Kultur bis zum gesamten Weltbild. Wer sich den medialen Wirklichkeitsinstanzen zu entziehen versucht, wird auch gleichzeitig aus dem Wirklichkeitsverständnis der realen Welt entfernt. Durch mediale Evolutionssprünge in der Entwicklung von Film, Fernsehen, Radio, Computer und heutiger omnimedialer Kommunikation können kulturelle Veränderungen nicht mehr nur aus institutioneller Sicht heraus verstanden werden. Die fortschreitende Mediatisierung dominiert alle Lebensbereiche in immer kürzeren Zeitabständen und fordert – wie in der zentrale These dieser Arbeit formuliert – eine omnimediale Gesellschaftsform. Diese Entwicklungsschritte sollen nun im anschließenden Kapitel näher betrachtet werden.

3. Omnimediale Systeme und sozialer Wandel

Im Folgenden soll herausgestellt werden, wie sich unser mediales und soziales System zum omnimedialen Gesellschaftssystem entwickelt. Dabei soll analysiert werden, welchen Stellenwert mediale Kompetenzen im sozialen Alltag der Gesellschaft einnehmen. Die Wechselwirkungen dieser Medienkompetenz werden auf soziale und kulturelle Effekte untersucht, inwieweit diese Einfluss auf das gesellschaftliche Gedächtnis ausüben und damit insgesamt grundlegende Veränderungen des Kultursystems mit sich bringen. Damit soll herausgefunden werden, wie sich eine omnimediale Gesellschaft aus dem bestehenden Kulturstatus entwickeln konnte. In diesem Zusammenhang werden die zweite These (integrierte Kommunikation initiiert eine Komplexitätsreduktion), dritte These (Teilung in Medienhersteller und -nutzer) und die vierte These (Macht durch Medienpräsenz) dieser Arbeit herangezogen und überprüft. Bevor sich diesen Problemen angenommen werden kann, müssen aber zunächst grundlegende Definitionen bemüht werden, um auch im weiteren Verlauf mit dem Vokabular des *Systems* fortfahren zu können. Was ist eigentlich ein *System*? Welche Definition liegt hier zugrunde?

Der Begriff *System*, so ist es in einer theoretischen Annäherung naheliegend, wird unweigerlich mit der Systemtheorie in Verbindung gebracht. Erneut sei daher nochmals darauf hingewiesen, dass sich diese Arbeit nicht als rein systemtheoretische Auseinandersetzung versteht, sondern lediglich auf Bausteine solcher Überlegungen zurückgreift. Es lohnt jedoch in jeder medienwissenschaftlichen Betrachtung immer ein Blick in die Systemtheorie, um ein modernes Verständnis medien- und kommunikationswissenschaftlicher Auseinandersetzung mit dem Begriff *System* zu verdeutlichen.

Niklas Luhmann hat mit seiner Systemtheorie eine Supertheorie geschaffen, die einen universalistischen Ansatz auf Metaebene verfolgt. Die Systemtheorie untersucht „die Ursachenzusammenhänge in komplexen Systemen, namentlich deren Wechselbezüge.“²³⁵ Bedingt durch diesen Ansatz bedarf es eines neutralen Vokabulars, das stark abstrakt gehalten, die Basis unterschiedlicher Kontexte sprachlich miteinander vereinen muss. Ein solches Vokabular muss ebenso unterschiedlich einsetzbar sein wie eine interdisziplinäre Anschlussfähigkeit an verschiedene Kerntheorien innerhalb einer Uni-

²³⁵ Riedl, Rupert: Strukturen der Komplexität: Eine Morphologie des Erkennens und Erklärens. Berlin/Heidelberg 2000, S. 9.

versaltheorie. Nur so kann die Adaption tradierter Ideen, neue Konstrukten und Re-Kombinationen existenter Vorstellungen erst vollzogen werden. Ein Theoriebildungsprozess würde bereits an dieser Stelle auf fatale Weise scheitern, wenn nicht im gleichen Maße akzeptiert würde, dass eine Reflexion von Theorie automatisch eine neue Theoriebildung nach sich zieht.²³⁶ Insofern vermehrt eine Universaltheorie zunächst die (Theorie-)Vielfalt, während hingegen innerhalb der Theorie eine Reduktion von Komplexität möglich wird. Diese Tatsache stellt die Ausgangslage der Überlegungen mit Blick auf die zweite These der vorliegenden Arbeit dar. Denn eine Initiation von Komplexitätsreduktion durch integrierte Kommunikation hat mit ähnlichen Mechanismen zu kämpfen, da als Nebeneffekt der Reduktion von Kommunikationsdefiziten eine vermehrte Kommunikation stattfindet, die wiederum die Komplexität an anderer Stelle erhöht. Hierauf soll jedoch erst im späteren Verlauf dieser Arbeit eingegangen werden.

Etymologisch geht der Begriff des *Systems* auf das griechische *sýstema* zurück und meint ein aus Teilen bestehendes Ganzes. Im Grund genommen wird damit eine zusammengefügte Einheit beschrieben. In historischer Sicht ist diese Bedeutung bis heute geläufig und wird vor allem in jüngeren Überlegungen zur Systemtheorie erneut besonders hervorgehoben. In der Sozial- und Gesellschaftstheorie werden Systeme wie das der Gesellschaft als eine Anzahl einander durchdringender, sich gegenseitig interpenetrierender Subsysteme beschrieben. Hierzu zählen Subsysteme wie Kunst, Politik, Religion, Wirtschaft, Recht etc. Systeme werden von Wilke auch als „Netz zusammengehöriger Operationen verstanden, die sich von nicht-dazugehörigen Operationen abgrenzen lassen“.²³⁷ Und auch Bendel sieht eine Differenz als Grundlage der Systemabgrenzung:

Systeme haben keinen Schöpfer und kein Zentrum, sondern eine Differenz erfahrung als Grundlage. Sie gewinnen ihre eigene Identität durch Abgrenzung gegenüber anderem; nicht Einheit erzeugt Differenz, sondern Differenz erzeugt Einheit.²³⁸

Eine Differenzierung in Subsysteme segmentiert Luhmann auf gleiche Weise:

²³⁶ Das Vorhaben der Komplexitätsreduktion einer Universaltheorie ruft durch die Rahmenbildung für Theorie (Integration und Ordnung von Wissen) im Prozess seiner Evolution selbst auf konstruktivistische Weise neue Theoriebildungen hervor, sowie beinhaltet in sich ebenfalls Theorie Rezeption. In dem theorieintern Komplexität reduziert werden soll, wird für andere Systemen die Komplexität verschärft.

²³⁷ Wilke, Helmut: Systemtheorie. Eine Einführung in die Grundprobleme der Theorie sozialer Systeme. 4. überarb. Aufl. Stuttgart 1993, S. 56.

²³⁸ Bendel, Klaus: Selbstreferenz, Koordination und gesellschaftliche Steuerung. Zur Theorie der Autopoiesis sozialer Systeme bei Niklas Luhmann. Pfaffenweiler 1993, S. 17.

Danach besteht ein differenziertes System nicht mehr einfach aus einer gewissen Zahl von Teilen und Beziehungen zwischen Teilen; es besteht vielmehr aus einer mehr oder weniger großen Zahl von operativ verwendbaren System/Umwelt-Differenzen, die jeweils an verschiedenen Schnittlinien das Gesamtsystem als Einheit von Teilsystem und Umwelt rekonstruieren.²³⁹

Seinem Ansatz liegt ein holistischer Systembegriff zugrunde, der sich aus der biologischen Theorie autopoietischer Systeme ableitet und von Luhmann auf soziale Systeme angewandt wird. Das *System* wird hierbei als autopoietisches System aufgefasst und per definitionem als etwas kontinuierlich Steuerndes beschrieben: „Ein autopoietisches System trachtet in erster Linie nicht danach, irgendeinen Ausstoß zu produzieren, sondern sich selbst ständig in der gleichen Prozessstruktur zu erneuern.“²⁴⁰ Hyperkomplexe Strukturen setzen aber eine Beteiligung vieler Einzelkomponenten voraus. Noch mehr: sie verlangen durch die Vernetzung zwischen den Teilstrukturen extrem komplexe, selbstreferentielle und daher von außen unvorhersehbare Wechselbeziehungen der Komponenten. Erich Jantsch beschreibt 1979 die Selbstorganisation von Systemen auf folgende Weise:

Während eine vorgegebene Struktur, etwa eine Maschine, in hohem Maße die Prozesse bestimmt, die in ihr ablaufen können, und somit ihre Evolution verhindert, kann das Zusammenspiel von Prozessen unter angebbaren Bedingungen zu einer offenen Evolution von Strukturen führen. Die Betonung liegt dann auf dem Werden – und selbst das Sein erscheint dann in dynamischen Systemen als ein Aspekt des Werdens. Der Begriff des Systems selbst ist nicht mehr an eine bestimmte Struktur gebunden oder an eine wechselnde Konfiguration bestimmter Komponenten, noch selbst an eine bestimmte Gruppierung innerer oder äußerer Beziehungen. Vielmehr steht der Systembegriff nun für die Kohärenz evolvierender, interaktiver Bündel von Prozessen, die sich zeitweise in global stabilen Strukturen manifestieren.²⁴¹

Hyperkomplexe Systeme – egal, ob sie artifizuell, human, organisatorisch, sozial oder kultureller Natur sind – können nicht ohne Selbstreferentialität auskommen. Sie sind auf die permanente Reproduktion ihrer Identität angewiesen. Es vollziehen sich kontinuierliche Priorisierungsprozesse von Wahrnehmungsvorgängen und Sinnkonstitutionen. Die reflexive Grundausrichtung wird um eine mediale Komponente verändert, die ihre eigenen Elemente und damit auch ihre eigenen Strukturänderungen selbst (mit)produzieren. Mit der zunehmenden Anzahl an Kommunikationssituationen durch und mit Medien dominiert die massenhafte Medienkommunikation in unserem Gesellschaftssystem. In diesem Zusammenhang wird auch der Termini des *Massenmediums* geführt.

²³⁹ Luhmann: Soziale Systeme, S. 22.

²⁴⁰ Jantsch, Erich: Die Selbstorganisation des Universums: Vom Urknall zum menschlichen Geist. München/Wien 1979, S. 37.

²⁴¹ Ebd., S. 32.

Unter Massenkommunikation versteht man im medienwissenschaftlichen Sinne „jede Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich durch technischen Verbreitungsmittel indirekt an disperse Publika vermittelt werden“.²⁴² In diesem Zusammenhang haben Hoffmann-Riem und Vesting die *Massenmedien* als unverzichtbare Form von Massenkommunikation definiert:

Jede Form der Massenkommunikation setzt die Existenz von Massenmedien voraus, und diese sind nicht in erster Linie durch eine spezifische Rezeptionsweise gekennzeichnet, sondern vor allem durch bestimmte Produktionsformen, Produktionswerte und den Beeinflussungsmöglichkeiten, die sich daraus ableiten.²⁴³

Aus diesem Grund werden in der Medien- und Kommunikationswissenschaft *Massenmedien* auch nicht als technischer Kanal oder formales System betrachtet, sondern als komplexes soziales Organisationsprinzip behandelt. Nach Luhmann besteht daher die Funktion von Massenmedien „im Dirigieren der Selbstbeobachtung des Gesellschafts-systems“.²⁴⁴ Eine solche Selbstbeobachtung wird als Kommunikation in Systemen wie Gesellschaft und Kultur in Speichersystemen wie dem Gedächtnis, der Schrift, Riten oder modernen Speichermedien etc. überliefert und archiviert. Kulturelle Handlungsweisen und kommunikativ vermitteltes Wissen werden als Speicher und Träger von Erinnerungen betrachtet. Sie lassen sich als Muster verstehen, durch die Erinnerungen überliefert und wach gehalten, oder eben vergessen und verdrängt werden.²⁴⁵

Häufig wurden neue Medien in ihrer Entstehungszeit zunächst als eine Bedrohung wahrgenommen. Zahlreiche der bereits vorgestellten Autoren sehen in der sich verändernden kulturellen Identität eine Gefahr für künftige Entwicklungen; ausgelöst allein durch die Möglichkeiten der neuen Medien. Günther Anders geht beispielsweise davon aus, dass die Auseinandersetzung mit der Welt durch den Informations- und Bilderfluss der technischen Apparate ersetzt wird. Nach ihm wird Erfahrung durch Erlebnis und

²⁴² Metzler-Lexikon: Medientheorie, S. 193.

²⁴³ Hoffmann-Riem, Wolfgang/Vesting, Thomas: Ende der Massenkommunikation? Zum Strukturwandel der technischen Medien. In: *Media Perspektiven* 6 (1994), S.382-391, hier S. 386.

²⁴⁴ Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*, S. 173.

²⁴⁵ Vgl. Lévi-Strauss, Claude: *La pensée sauvage*. Paris 1962. Dt.: *Das wilde Denken*. Frankfurt a. M. 1973.

Orientierung durch Information abgelöst.²⁴⁶ Dass Wissenschaften neue Medien gerne zunächst ausblenden oder zumindest ablehnen, ist allerdings kein neues Phänomen:

Kultur und Hochkultur zumal definieren sich nicht zuletzt über Ihre Verachtung von Medien. Und wenn ihr zu schwanen beginnt, dass es ohne Medien auch keine Hochkultur geben kann, definiert sie sich eben über ihre Verwerfung von Massenmedien.²⁴⁷

Solchen Kritikern gegenüber finden sich aber auch explizite Befürworter der Entwicklung von medialer Massenkultur. Hierzu zählen die in den vorherigen Kapiteln vorgestellten Werke und Essays von Walter Benjamin aus den dreißiger Jahren oder die berühmten Schriften Marshall McLuhans aus den sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts. Beide sehen die neuen Medien als eine Chance umfassender Entwicklungen an, die eine Aufhebung des entfremdeten oder vereinseitigten Kulturzustandes bewirken könne.²⁴⁸ Solche Kontroversen stellen dabei vor allem eines heraus: Es gibt Kritiker, die – vor allem neue – Medien als Verfall von gesellschaftlichen Werten und kulturellen Traditionen betrachten und andererseits jene Verfechter, die in diesem Wandel die Chancen einer zukunftsorientierten Gesellschaftsvision herauslesen.

Mit dem enormen Komplexitätsgrad der neueren gesellschaftlichen Evolutionsstufe ist ein reibungsloses Funktionieren des Systems ohne Medien aber grundsätzlich gar nicht mehr denkbar. Durch Medien werden die Sub- und Teilsysteme miteinander vernetzt und stehen stetig in Austausch und Verbindung untereinander. Solche Gesellschaftsstufen können

als moderne Gesellschaften bezeichnet werden, in denen Medienkommunikation, also über technische Hilfsmittel realisierte Bedeutungsvermittlung, eine allgegenwärtige und alle Sphären des gesellschaftlichen Seins durchwirkende Prägkraft entfaltet, ein sogenanntes soziales Totalphänomen geworden ist.²⁴⁹

Saxer stellt diesen Zusammenhang von Medien und Systemen besonders heraus, da er für ihn in der öffentlich-gesellschaftlichen Kommunikation von großer Bedeutung ist. Medien werden auch als „organisierte soziale Handlungssysteme“²⁵⁰ angesehen, die sich

²⁴⁶ Vgl. Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München 1956.

²⁴⁷ Hörisch: Eine Geschichte der Medien, S. 70.

²⁴⁸ Vgl. Carroll, Noël: A Philosophy of Mass Art. Oxford 1998.

²⁴⁹ Saxer, Ulrich: Mediengesellschaft: Verständnisse und Missverständnisse. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen 1998, S. 54.

²⁵⁰ Siebert, Gabriele: Marktmacht Medienforschung. Die Bedeutung der empirischen Medien- und Publikumsforschung im Wettbewerbssystem. München 1993., S. 13.

in ihrer Gesamtheit zu einem Mediensystem zusammenfassen lassen. „*Mediensysteme* bilden [...] [damit; Anm. d. Verf.] soziale und politische Strukturen ab.“²⁵¹ Ein Mediensystem vereint politische, ökonomische, soziale und kulturelle Aspekte der Gesellschaft und zeigt deutlich, dass hier mehr ein soziales Organisationsprinzip vorliegt, als nur ein technischer Medienverbund.²⁵² Zu den wesentlichen und prägenden Faktoren der unterschiedlichen Mediensysteme in den jeweiligen Sektoren gehören daher nach Auffassung Roger Blums Geographie, Recht, Sprachkulturen, politisches System, Wirtschaftsverfassung und der gegebene Stand der Medientechnologie und seiner Verbreitung.²⁵³

Die Wirkung eines Mediensystems geht aber in beide Richtungen: Die Gesellschaft beeinflusst das Mediensystem und das Mediensystem beeinflusst die Gesellschaft. Kein Wunder also, dass sich in diesem Zusammenhang auch das Sinnbild einer vierten Staatsgewalt (als Stimme der Öffentlichkeit) als umgangssprachliche Bezeichnung für Medien durchsetzen konnte. Hierzu zählt neben den sogenannten klassischen Medien wie Fernsehen, Radio und Zeitung mittlerweile auch das Internet. Mit diesem Verständnis des Begriffs *Mediensystem* wird die Stimme einer gesellschaftlich relevanten Öffentlichkeit bzw. öffentlichen Meinung bezeichnet.

Spannend wird die Betrachtung dieser Mediensysteme im internationalen Vergleich, woraus sich entsprechende Rückschlüsse über Bildungsstand, politische Strukturen, wirtschaftliche Stellung und Gesellschaft des jeweiligen Landes ziehen lassen. Schnell begegnet man in diesen Forschungszweigen dem Begriff *Digital Divide*, der – stark vereinfacht formuliert – die Zugangsbarrieren zum Mediensystem des Internet beschreibt.

Angehörige höherer Bildungs- und Einkommenschichten haben zu einem größeren Teil Zugang zu Online-Medien als Angehörige niedrigerer Schichten, Männer mehr als Frauen [...]. Zugang wird damit zur Frage, nicht nur wer das Internet nutzen kann, sondern wer die Möglichkeit hat sich im Internet darzustellen.²⁵⁴

Als weitere Aspekte einer digitalen Kluft werden neben einem technischen Zugang zum Internet auch der Einfluss auf Bildungsgrad, soziodemographische Gegebenheiten, sozi-

²⁵¹ Thomaß, Barbara: Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz 2007. S. 17.

²⁵² Vgl. Schneider, Beate: Das Mediensystem als politischer Akteur. In O. Jarren, U. Sarcinelli & U. Sauer (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen/Wiesbaden 1998, S. 422.

²⁵³ Vgl. Blum, Roger: Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. In: Medienwissenschaft, Heft 15. Schweiz 2005, S.5-11.

²⁵⁴ Thomaß: Mediensysteme im internationalen Vergleich, S. 22.

ales Umfeld und einer möglichen gesellschaftlichen Benachteiligung durch mangelnde Kompetenz bei der Nutzung neuer Technologien beobachtet.

Ohne allzu viel vorwegzunehmen, sei an dieser Stelle bereits mit Blick auf die dritte These (die Teilung in Hersteller und Nutzer ist an den sozialen Status gekoppelt) dieser Arbeit vermerkt, dass der festgestellte Digital Divide die Teilung der Gesellschaft durch den sozialen Stand begründet. Ohne Zugang zu Informationen bleibt der Einzelne vom gesellschaftlichen Diskurs weitgehend ausgeschlossen und verliert seine kommunikative Mündigkeit. Da heute der wesentliche Teil des Informationsaustauschs über internetbasierte Medienkommunikation stattfindet, wird mit Zugangsbarrieren auch die soziale Kluft verstärkt. Die Teilung wird zusätzlich befördert in ihrer gesamtgesellschaftlichen Wirkung, wenn Verweigerer von moderner Technik oder benachteiligte Minderheiten gesellschaftlich und wirtschaftlich dauerhaft ausgeschlossen bleiben und sich die Chance einer Re-Integration als endgültig ausgeschlossen erweist.

Trotz dieser Entwicklung ist es nicht der technische Zugang zum Internet alleine, der eine gesellschaftliche Kluft befördert. Ebenso spielen hier Medienkompetenzen eine große Rolle, die mit dem sozialen Stand in Form von Ausbildung und Wissensstand verbunden sind. Bis heute ist allerdings umstritten, wohin sich die Spaltung durch eine digitale Wissenskluff künftig entwickeln könnte und welchen Einfluss dies auf das Leben der Gesellschaftsmitglieder ausübt.²⁵⁵ Vor allem in westlichen Ländern wird aufgrund der guten wirtschaftlichen Stabilität und Grundversorgung von einer rückläufigen Wissenskluff ausgegangen.²⁵⁶ Obwohl statistisch gesehen ein Großteil der Deutschen über eine Internetverbindung verfügt²⁵⁷, so sind dennoch Unterschiede im Umgang und der Nutzung festzustellen. Mit den vereinfachten Möglichkeiten massentauglicher Kommunikation treten bspw. Amateure in direkte Konkurrenz zu professionellen In-

²⁵⁵ In Europa wird es derzeit kein Bestreben geben die Sicherung der Netzneutralität (Zugang/Datenfluss/Inhaltsreglementierung) durch regulatorische Maßnahmen zu beeinflussen. Man setzt hier auf die demokratische Märkte und hofft auf eine Selbstregulierung durch freien Wettbewerb. Vgl. Libertus, Michael/Wiesner, Jan: Netzneutralität, offenes Internet und kommunikative Grundversorgung. Zum Stand der Debatte in Deutschland, Europa und den USA. In: Media Perspektiven, Heft 2 (2011), S. 80-90, hier S. 84.

²⁵⁶ Vgl. Wellman, Barry/Quan-Haase, Anabel/Boase, Jeffrey/Chen, Wenhong/Hampton, Keith/Isla de Diaz, Isabel u. a.: The social affordances of the Internet for networked individualism, In: Journal of Computer-Mediated Communication, 8, 3 (2003) Online verfügbar unter <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/wellman.html> (Stand: 17.06.2012).

²⁵⁷ 2011 sind es bereits rund 73,3% der Gesamtbevölkerung. Vgl. ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=onlinenutzung00> (22.08.2011).

haltsproduzenten. Hier finden sich neben den bereits etablierten Sektoren des Social Webs mit von Nutzern selbst erstellten Inhalts (sogenannter *user generated content*²⁵⁸) und den Verweisen auf dessen Unsicherheit und Unkontrollierbarkeit auch neuere Entwicklungen wie das *crowdsourcing*²⁵⁹, bei dem durch den user generated content ein Produkt überhaupt erst entsteht, verbessert oder weiterentwickelt wird.

Zusammenfassend soll vermerkt werden, dass massenmediale Kommunikation als Organisationsprinzip einer digitalen Gesellschaft operiert. Das Mediensystem beobachtet dabei sich selbst und die Gesellschaft. Am Mediensystem und der Medienkompetenz lassen sich daher die Organisationsstruktur und der Entwicklungsgrad einer Gesellschaft erkennen. Denn mit dem Mediensystem wird ein Spiegel des Gesellschaftsstatus anhand der Selbstreferenz erzeugt, an dem sich der Status ableiten lässt.

Mit dem Digital Divide wird dabei der hohe Stellenwert des Zugangs zum Mediensystem verdeutlicht. Wenn eine Medienkompetenz vom Zugang zu Information und Wissen durch internetbasierte Kommunikation abhängt, so wird die Teilung von Medienherstellern und Nutzern zwangsläufig mit deren sozialen Status in der Gesellschaft verbunden. Die Nutzung von Medien, der Umgang mit massenmedialer Kommunikation und grundlegend der Zugang zum Internet spielen also eine wichtige Rolle für die individuelle Entwicklung innerhalb der Gesellschaft.

Welchen Stellenwert digitale Medien mit internetbasierter Kommunikation auf die Herausbildung einer omnimedialen Gesellschaft haben, soll daher im nachfolgenden Abschnitt näher betrachtet werden.

²⁵⁸ Siehe hierzu etwa Hermann, Andreas/Brandenberg, Andreas/Rösger, Jürgen: The Deer has now the Gun! – Von der neuen Macht der Konsumenten. In: Betz, Christian/Schögel, Markus/Tomczak, Torsten (Hrsg.): Innovation Driven Marketing. Wiesbaden 2007, S. 67-77.

²⁵⁹ Der Begriff findet sich erstmal 2006 bei Howe, Jeff: The Rise of Crowdsourcing. Wired Magazine, Ausgabe 14, Juni 2006. <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (Stand: 17.06.2012).

3.1. *Omnimediale Medienwirkung und -funktion*

Mit den Ausführungen des vorgehenden Abschnitts lässt sich festhalten, dass Medien nicht nur einen Großteil unserer Realität beeinflussen, sondern diese zum wesentlichen Teil durch unsere mediale Weltwahrnehmung erst erschaffen. „Mehr denn je wird gelten, dass nicht mehr der Text, sondern der Kontext über Wirkungen entscheiden wird. Oder anderes gesagt: Wirkungen verändern Wirkungen.“²⁶⁰ Medien dynamisieren die Veränderlichkeit von Alltagswirklichkeit. Ein solcher Prozess bietet eine Vielzahl an Interpretations- und Expressionsmöglichkeiten, die jedoch real per se noch kein eigentlich Erlebtes darstellen müssen. Diese Lücke im Orientierungsrahmen von Gesellschaft ruft den Drang nach zitathafter Nachahmung dargestellter Lebensentwürfe nach sich, die sich in der Penetration massenhafter Wiederholung des verpassten Lebens in einer „Medienöffentlichkeit“²⁶¹ abzeichnen. Um dennoch eine adäquate Kommunikationsleistung für die Funktion der Mediensysteme zu gewährleisten, ist eine Verkettung von Virtualität und Realität damit unerlässlich. Nur so erlangen die Botschaften/Informationen der Medien auch ihre Verifikation in relevanten, persönlichen Lebensbereichen und können reales Handeln beeinflussen.

Eine Anschlussfähigkeit der Kommunikation ist an den Dialog gebunden, um nicht als monokommunikative Botschaft ungehört zu verschwinden. Daher ist die Wirklichkeitskonstruktion ebenfalls auf einen Dialog angewiesen, um Mitteilungen zur Interpretation zu stellen, die wiederum mit Argumenten schließlich die Schlussfolgerung für die eigentliche Koordinierungsleistung sind. Bleiben solche Rahmenbedingungen der Deutungsmöglichkeiten vernachlässigt oder werden auch nur teilweise ausgeblendet, können schnell fehlgeleitete Interpretationen und Missverständnisse entstehen. Kommunikation wirkt immer subjektiv bewertet und die relevante Zuschreibung von Informationsinhalten ist heute individueller als je zuvor.

Zielgerichtet ist eine Kommunikation dann, wenn eine bestimmte Wirkung beim Kommunikationspartner in das Kalkül der Kommunikation einbezogen ist. Die grundlegende Schwierigkeit zielgerichteter Kommunikation liegt darin, dass sie sich in ihren Wirkungen von einem autonomen Prozess des Verstehens seitens des intervenierten Systems abhängig machen muss. Das intervenierte System gibt die Kriterien vor, unter denen es bereit ist, sich beeindrucken zu lassen. [...] Das in-

²⁶⁰ Merten, Klaus: Wirkungen von Kommunikation. In: Klaus Merten, /Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 291-328, hier S. 327.

²⁶¹ Faulstich: Grundwissen Medien, S. 7.

tervenierte System kann nicht wirklich wissen, was diese Kriterien sind. Es kann nur Unterstellungen produzieren und testen und über erfolgreich getestete Unterstellungen ein hypothetisches Modell der Operationsweise des intervenierten Systems erstellen.²⁶²

Jede Erfahrung wird individuell wahrgenommen und verarbeitet. Mit jeder neu gewonnenen Erfahrung wird dabei auch das Gehirn verändert.²⁶³ Daher wird dieselbe Erfahrung bei jedem Menschen individuell/unterschiedlich ausfallen; d. h. dann auch, dass Erfahrungen in individueller Eigenkoordination entstehen. Die Folge ist, dass Kommunikation auf Basis des „operationalen Konsens“²⁶⁴ zunehmend an Schärfe verliert.

Für das Medienangebot bedeutet dies, dass Sehnsüchte hervorgerufen und transportieren werden, die als Katalysator für soziale und gesellschaftliche Bedürfnisse dienen. Diese Eigenschaft kennen wir zunächst aus Film und Fernsehen. Dort gezeigte „alternative Realitätsversionen“²⁶⁵ werden zum Maßstab für eine personifizierte Realität, stammen aber ursprünglich ja nicht aus dem Fernsehen, sondern wurden abgeleitet aus subjektiver Erfahrung einer individuellen Wirklichkeit.²⁶⁶ Um Verwechslungen zu vermeiden, wird an dieser Stelle eine kurze Unterscheidung der Begriffe *Wirklichkeit* und *Realität* nötig. Realität bezeichnet im konstruktivistischen Diskurs eine physikalische Welt, Wirklichkeit hingegen eine individualkognitive Erlebniswelt jedes Menschen.²⁶⁷ Die konstruierte Wirklichkeit ist aber keineswegs beliebig, sondern formiert sich aus realen Rahmenbedingungen. Diese Unterscheidung der Begrifflichkeiten von *Realität* und *Wirklichkeit* wird in der vorliegenden Arbeit als Differenzierung verstanden.

²⁶² Wilke, Helmut: Strategien der Intervention in autonome Systeme. In: Baecker, Dirk (Hrsg.): Theorie als Passion, Frankfurt a. M. 1987., S. 333f.

²⁶³ Siehe hierzu grundlegend: Edelman, Gerald/Tononi, Giulio: Gehirn und Geist. Wie aus Materie Bewusstsein entsteht, München 2002; Crick, Francis: Was die Seele wirklich ist. Reinbek bei Hamburg 1997; Berndt, Christina: Betrug unter der Schädeldecke. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 301, 31. Dezember 2002/1. Januar 2003, S. 19. Zur forschungsgeschichtlichen Einführung siehe Hagner, Michael (Hrsg.): Ecce Cortex. Göttingen 1999.

²⁶⁴ Scheffer, Bernd: Interpretation und Lebensroman. Zu einer konstruktivistischen Literaturtheorie. Frankfurt a. M. 1992, S. 123.

²⁶⁵ Gerade durch die Möglichkeit von Manipulation durch subjektive Selektion der Informationen in Bildern und die damit verbundene Interpretationsproblematik werden *alternative Realitätsversionen* geschaffen, die aber nicht zwangsläufig (für alle) *wahr* sein müssen.

²⁶⁶ Siehe zur Definition von *Wirklichkeit* die Forschung zur *Erkenntnistheorie* von Karl Popper. Vgl. Popper, Karl: Die beiden Grundprobleme der Erkenntnistheorie. Tübingen 1994 .

²⁶⁷ Siehe hierzu Roth, Gerhard: Die Selbstreferentialität des Gehirns und die Prinzipien der Gestaltwahrnehmung. In: Gestalt Theory 7 (1985), S.228-244; ders.: Roth, Gerhard: Das Gehirn und seine Wirklichkeit. Kognitive Neurobiologie und ihre philosophischen Konsequenzen. Frankfurt 1994, S. 316.; Stadler, Michael/Kruse Peter: Gestalttheorie und Theorie der Selbstorganisation. In: Gestalt Theory 8 (1986), S.75-98; Glasersfeld, Ernst von: Wege des Wissens. Konstruktivistische Erkundungen durch unser Denken. Heidelberg 1997, S. 47.

Mit Medien kann Realität auch virtuell vermittelt werden und unser Bild der Wirklichkeit weitgehend beeinflussen. Wolfgang Welsch spricht darum vom „Wirklichkeitsspenden der Fernsehen“, bei dem ein „alter Realitätsglaube definitiv zusammenbrechen“²⁶⁸ muss. Das Fernsehen bildet für ihn auch in den Folgejahren einen wesentlichen Bestandteil seiner Theorien. Welsch erkennt, dass die soziale Wirklichkeit „primär durch Medien, insbesondere televisionäre Medien vermittelt und geprägt wird.“²⁶⁹ Wirklichkeit wird „medial zu einem Angebot, das bis in seine Substanz virtuell, manipulierbar und ästhetisch modellierbar ist.“²⁷⁰

Der postmoderne Medientheoretiker Jean Baudrillard hat mediale Wirkungsweisen auf das Wirklichkeitsverständnis wie folgt beschrieben: „Alle unsere Maschinen sind Bildschirme, wir selbst sind Bildschirme geworden, und das Verhältnis der Menschen zueinander ist das von Bildschirmen geworden.“²⁷¹ Baudrillard sieht dies als eine

reine Form der Kommunikation, die nur die Promiskuität des Bildschirms und den elektronischen Text als Filigran des Lebens kennt, wo wir uns in einer neuen Höhle des Platons wieder finden und nur noch die Schatten der fleischlichen Lust an uns vorüberziehen sehen. Wozu sollte man noch miteinander reden, wenn es so einfach ist, zu kommunizieren?²⁷²

Doch welche Funktionen leisten Medien hier für unser Wirklichkeitsverständnis? Der gern zitierte Vorreiter neuerer Medientheorie, Marshall McLuhan, proklamierte Medien als Körperextensionen. McLuhan schrieb dazu in *Understanding Media*: „Das Leitmotiv dieses Buches ist der Gedanke, dass alle Techniken Ausweitungen unserer Körperorgane und unseres Nervensystems sind, die dazu neigen, Macht und Geschwindigkeit zu vergrößern.“²⁷³

Eine solche Funktionsleistung der medialen Erweiterung des Körpers lässt sich schon sehr früh bei verschiedensten Theoretikern finden, dennoch war es erstmals McLuhan, der auf die Idee kam, Medien direkt als Körperextension und Medientechnik als Nerven- und Sinnausdehnung zu verstehen und auch entsprechend zu deklarieren.²⁷⁴

²⁶⁸ Welsch, Wolfgang: Ästhetisierungsprozesse. In: ders. (Hrsg.): Die Aktualität des Ästhetischen. München 1993, S. 18.

²⁶⁹ Ebd., S. 18f.

²⁷⁰ Ebd., S. 18f.

²⁷¹ Baudrillard, Jean: Videowelt und fraktales Subjekt. In: Barck, Karlheinz u. a. (Hrsg.): Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Leipzig 1990, S. 263.

²⁷² Ebd., S. 263.

²⁷³ McLuhan: Die magischen Kanäle, S. 94.

²⁷⁴ Vgl. Hörisch: Eine Geschichte der Medien, S. 62

Alle Medien massieren uns gründlich durch. Sie sind dermaßen durchgreifend in ihren persönlichen, politischen, ökonomischen, ästhetischen, psychologischen, moralischen, ethischen und sozialen Auswirkungen, dass sie keinen Teil von uns unberührt, unbeeinflusst, unverändert lassen. [...] Das Medium [...] formt und strukturiert die Muster gesellschaftlicher Beziehungen und alle Aspekte des Privatlebens um.²⁷⁵

Die meisten unserer heutigen Medien verdeutlichen durch die Bezeichnung als Körperextensionen ihren apparativen Zweck der Sinneserweiterung.²⁷⁶ Häufig steht daher auch das Präfix „Tele-“ schon mit im Namen. Medien bringen damit zusammen, was nicht von sich aus zusammengehört.²⁷⁷ Medien verbinden, was verbunden werden kann und will. Und dies mit hoher Geschwindigkeit. Medien können, wie schon in den vorherigen Kapiteln aufgezeigt, nicht nur fixieren, speichern oder (trans)kodieren, sondern auch übertragen, senden und verarbeiten.²⁷⁸ Sie können in ihrer Funktion aber auch helfen, aktive persönliche Kommunikation und körperlichen Kontakt bewusst zu vermeiden. Gerade moderne Techniken wie Mobilfunk und das Internet machen non-personale Kommunikation mit Dauerabsenz der Kommunikationsteilnehmer zu einem massentauglichen Surrogat persönlicher Anwesenheit. Daher gilt: Wer im Zeitalter digitaler Kommunikation nicht parallel in mehreren Mediensystemen kommuniziert, ist für die digitale Generation so gut wie nicht existent.

Wir koordinieren, organisieren und strukturieren heute vor allem mit Hilfe von digitalen Medien unser alltägliches Leben. Wer nicht in der Lage ist seine Kommunikation zu organisieren, wird bereits mittelfristig im wortwörtlichen Sinne „exkommuniziert“. Wer nicht Teil der vernetzten Mediensysteme wird, kann letztlich sogar ganz den Anschluss an die Weiterentwicklung der Gesellschaft verlieren, da diese sich nicht um Individuen bemüht. Denn auch unsere gesellschaftliche Wahrnehmung setzt sich aus medialen Alltagserfahrungen zusammen, die auch unser persönliches Wirklichkeitsverständnis beeinflusst.

Durch integrierte Kommunikation und kontinuierlicher Wiederholung von Themen versuchen daher beispielsweise Werbetreibende eine Basis gemeinsamer Realitätsstrukturen (durch vergleichbare Nutzung und Konsum identischer Mediensysteme) in einer

²⁷⁵ McLuhan, Marshall/Fiore, Quentin: *The Medium is the Message. An Inventory of Effects*. Reprint San Francisco 1996, S. 158.

²⁷⁶ Vgl. Hörisch: *Eine Geschichte der Medien*, S. 63.

²⁷⁷ Vgl. ebd., S. 66.

²⁷⁸ Vgl. ebd., S. 66.

Gruppe zu erzeugen. Am Ende bleibt aber nur die Vermutung an eine zugeschriebene Interpretation der medial vermittelten Lebenswelt. Ein Beispiel: wir *glauben* zu wissen, was wir mit *eigenen Augen* wahrnehmen. Die übertragenen Bilder der ersten Mondlandung der Menschheit über das Medium Fernsehen sind grundsätzlich aber höchst fragwürdig und allgemein eher unwahrscheinlich, da es nicht möglich ist, dies für alle gleichermaßen mit eigenen Augen vor Ort zu erleben und entsprechend nachprüfbar zu machen. Niklas Luhmann bezeichnet Medien daher auch als „Unwahrscheinlichkeitsverstärker“.²⁷⁹ Die Fülle an unwahrscheinlichen Medieninhalten, stärkt aber das Bewusstsein um solche Unwahrscheinlichkeiten – und macht sie dadurch wahrscheinlich. Es haben so viele Menschen die Mondlandung medial mitverfolgt, dass sie zur allgemein akzeptierten Realität wurde.

Und noch ein Beispiel: Ohne interaktionskoordinatorischen Medien wird es höchst unwahrscheinlich, einen bestimmten Menschen zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort zu treffen. Telefoniert man jedoch beispielsweise vorher, wird diese Unwahrscheinlichkeit auf ein Minimum reduziert. Medien machen Unwahrscheinliches wahrscheinlich. Medien verstärken also das Unwahrscheinliche als Negation und kehren es damit in Wahrscheinliches. Da dies kontinuierlich geschieht, sind solche Erfahrungen nichts Unwahrscheinliches mehr und werden alltäglich. Ungewöhnliche Ereignisse sind nur noch ungewöhnlich, wenn wir damit nicht medial vertraut sind.

Eine weitere Funktion von Medien ist es, Abwesendes anwesend zu machen. Medien leisten eine kompensatorische Aufgabe zur Überbrückung von räumlicher und/oder zeitlicher Absenzen.²⁸⁰ Das Abendmahl beispielsweise überbrückt die Absenz Gottes und bringt ihn in genau diesem Moment immer wieder zu uns.²⁸¹ Solche Medienereignisse haben eine immense kommunikative Überbrückungsfunktion, die für das Ordnungsprinzip von Gesellschaftsstrukturen unerlässlich ist. Im luhmannschen Sinne werden sie als Verbreitungsmedien bezeichnet, die sich auf der Grundlage von Sprache evolutionär ausgebildet haben.²⁸² Sie steigern die Wahrscheinlichkeit von Kommunikation eben durch ihre Lösung zwingender physischer Anwesenheit der Kommunikationsteilnehmer.

²⁷⁹ Vgl. Luhmann: Die Realität der Massenmedien.

²⁸⁰ Vgl. Hörisch, Jochen: Gott, Geld, Medien. Frankfurt a. M. 2004, S. 169.

²⁸¹ Vgl. ebd., S. 169.

²⁸² Vgl. Luhmann: Die Realität der Massenmedien.

Abwesenheitsüberbrückung wird bei Testamenten, Bildern oder Videos von Verstorbenen noch unabdingbarer, um mit den *nicht mehr Anwesenden* auch über deren Ableben hinaus kommunizieren zu können. Ein Paradox, mit dem wir aber leichter umgehen können, als mit dem Einstellen jeglicher Kommunikation; bspw. durch plötzlichen Tod ohne kommunikativen/medialen Nachlass.

Parallel zur technischen Entwicklungen und modernen elektronischen/digitalen Kommunikationsmöglichkeiten hat sich mit solchen Funktionen und Möglichkeiten der Mediensysteme heute eine omnimedial agierende Gesellschaft entwickelt. Sie bedient sich rund um die Uhr der verschiedensten Medien, bestimmt ihre Inhalte mit und ordnet deren Funktion im jeweiligen System kontinuierlich neu. Eine ausgeprägte mediale Kompetenz wird immer stärker zum existenziellen Kriterium, um in einer omnimedialen Gesellschaft wie der unsrigen präsent zu sein.

Eine wissensbasierte Volkswirtschaft wie die deutsche kann nur mit internetkundigen Arbeitnehmern und Verbrauchern im internationalen Wettbewerb bestehen. Den „Onliner“-Anteil in der Bevölkerung zu erhöhen bedeutet daher auch, den Wirtschaftsstandort Deutschland zu stärken. Für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist deshalb die „Digitale Integration“ ein wichtiges Ziel. Dabei geht es längst nicht mehr allein darum, die Menschen beim Einstieg ins Internet zu unterstützen. Viele Internetnutzer beschränken sich auf nur einige wenige Anwendungen. Sie wissen nicht, wie sie von der Angebotsvielfalt im Internet privat und beruflich profitieren können. „Digitale Integration“ wird deshalb künftig immer mehr bedeuten, die digitale Kompetenz der Bürgerinnen und Bürger zu erweitern.²⁸³

Wer nicht omnimedial in Mediennetzwerken und -systemen präsent ist, wird zum Außenseiter der Gesellschaft. Da der Wandel der Medienfunktionen im Gesellschaftssystem immer rasanter wird, fällt es zusehends schwerer, seinen Kenntnisstand im Umgang und Nutzen von Einzelmedien aktuell zu halten. Eine Spezialisierung der bisherigen Mediengeneralisten ist die Folge, die sich in subsegmentierte Sparten und Spezialangebote nach Nutzerinteressen verkleinteilt. Die Folge ist vor allem mit der Fragmentierungsthese für die Politik ein Schreckensszenario: es entstehen verschiedene Teilöffentlichkeiten, wodurch „der Gesellschaft die gemeinsame Basis für den politischen Diskurs abhanden kommt, eine kollektive Meinungs- und Willensbildung erschwert wird.“²⁸⁴ Auch wenn die grundlegenden Vorteile einer Informationsfreiheit und Selbstbestim-

²⁸³ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (kurz BMWI): Digitale Gesellschaft. <http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Technologie-und-Innovation/Digitale-Welt/digitale-gesellschaft.html> (Stand: 29.02.2011).

²⁸⁴ Schulz, Winfried: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2011, S. 130.

mung des persönlichen Programms leicht nachvollziehbar sind, so wird die gemeinsame Wahrnehmung und Bedeutung massenkommunikativ ausgerichteter Informations- und Kulturangebote geschwächt.²⁸⁵

Die omnimediale Dauerpräsenz von Individuen beeinflusst maßgeblich auch ein Bildungs- und Entwicklungssystem heranwachsender Generationen. Eine „Generation Internet“²⁸⁶ ist bereits mit den Mediensystemen aufgewachsen und integriert ihre Kommunikation in jeglichen Lebensbereichen mittels Individualnutzung des verfügbaren Medienangebots²⁸⁷ – und das mit absoluter Selbstverständlichkeit. Omnimediale Verhaltensweisen werden von klein auf spielerisch erlernt und später intuitiv erweitert. Die medienkulturelle Aufnahme heranwachsender Gesellschaftsmitglieder lässt sich aber auch über den Besitz und Umgang mit Kommunikationstechniken (bspw. Smartphones, Computer, Tablet-PCs) beobachten. Solche Medientechniken dienen dann als Symbole des sozialen Status, der persönlichen Medienkompetenz und aktiven Zugehörigkeit zur omnimedialen Gesellschaft ebenso darstellt, wie die Prägnanz des sozialen Kapitals.

Mit der voranschreitenden Internetisierung und engmaschigen Vernetzung aller Lebensbereiche mit onlinebasierter Kommunikation wird eine neue Qualität der Selbstdarstellung und Identitätsausbildung ermöglicht. Diese Beobachtung wird in der ersten These der vorliegenden Arbeit als Internetisierung der Medien formuliert, die als Voraussetzung einer omnimedialen Individualpräsenz in der Gesellschaft verstanden wird. Es gilt hierbei den rein technischen Aspekt nicht allzu prominent hervorzuheben. Doch nur durch omnimediale Kommunikation – soviel sei bereits den folgenden Kapiteln vorweggenommen – wird erst die Herausbildung einer omnimedialen Individualpräsenz ermöglicht. Weitere Belege für die These finden sich schließlich auch in der verstärkten Auflösung der lange dominierenden Trennung von wirtschaftlichem, politischem, öffentlichem und privatem Handeln. Das ganze Leben kann deutlich vernetzter organisiert

²⁸⁵ Vgl. Köcher, Renate: Schleichende Veränderung. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 20. August 2008, S. 5.

²⁸⁶ Dieser Begriff wurde im März 2005 von einer Umfrage geprägt und avancierte zum geflügelten Wort für Jugendliche zwischen 10-19 Jahren. Siehe hierzu die Studie *Generation Internet - Die 10- bis 19-Jährigen im Netz* vom Bauer Media KG/Research & Media Marketing, Hamburg vom März 2005. Es wurden alle 8,91 Millionen 10 – 19-Jährigen in Privathaushalten in Deutschland befragt.

²⁸⁷ Hier haben in jüngster Zeit vor allem soziale Netzwerke (social networks) wie Facebook, StudiVZ, Lokalisten, asmallworld etc. das massentauglich individuelle Mitteilungsbedürfnis ihrer Mitglieder bedient. Sie hierzu im Internet: www.facebook.com; www.studivz.net; www.lokalisten.de; asmallworld.net.

werden, als dies früher möglich war. Die unendlichen Vernetzungsmöglichkeiten omnimedialer Kommunikation befeuern das Bedürfnis zur Selbstdarstellung und damit der Herausbildung einer individuellen Persönlichkeit. Als reibende Kräfte dieser Entwicklung kann der persönliche Mehrwert des Web 2.0 wie Facebook, SchülerVZ, Twitter, Pinterest und viele andere gezählt werden.

Neben einer Vernetzung aller Mediensysteme wirkt vor allem der Wunsch aus der Gesellschaft selbst heraus, kontinuierlich als Produzent von Inhalten mitzuwirken.²⁸⁸ So greifen die Mechanismen der virtuellen Gemeinschaften auch immer stärker in das Alltagsleben des Individuums ein.²⁸⁹ Ein zunehmendes öffentliches Mitteilungsbedürfnis omnimedialer Gemeinschaften wird durch ein vereinfachtes und kostengünstiges technischen Zugangsangebot zusätzlich verstärkt.

Mit der zunehmenden Veränderung von Funktion und Wirkung der Medien hat sich daher auch die Kommunikation massiv verändert. Die stetige Ausdifferenzierung der Kommunikationssituationen hat eine Fragmentierung der Inhalte in Subteile zur Folge, was wiederum Ihre Glaubwürdigkeit und Relevanz für die Vielzahl ihrer Konsumenten beeinflusst. Nur die Penetration und Integration der Kommunikation in viele Kanäle stärkt den Wahrheitsgehalt ihrer Botschaft²⁹⁰ und damit die Relevanz als zitierfähige Referenz. Die Integration von identischer Kommunikation über mehrere Kanäle hinweg hat sich als komplexitätsreduzierende Methode etabliert und findet sich in vielen Lebensbereichen wieder. Etwa in pädagogischen Lernmethoden durch Medien oder Demonstrationen im Internet.

Im Zeitalter omnimedialer Kommunikation haben sich aus diesem Mitteilungsbedürfnis heraus neue Wirtschaftszweig entwickelt, der Unternehmen mit ökonomischen Interes-

²⁸⁸ Hier sind sämtliche Möglichkeiten moderner (meist online-basierter) Kommunikationsformen im Begriff des *Web 2.0* im Allgemeinen wie fachlichen Sprachgebrauch etabliert worden. Gemeint sind dabei vor allem von Nutzern inhaltlich selbstbestimmte Publikationen jedweder Art, die über interaktive Medienplattformen einer globalen Rezipientenschaft frei zugänglich gemacht werden. Geprägt wurde der Begriff *Web 2.0* durch Tim O'Reilly in seinem Vortrag: „What is Web 2.0?“ aus dem Jahr 2005. O'Reilly, Tim: What is Web 2.0? (2005). <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html> (Stand: 15.02.2011).

²⁸⁹ Siehe hierzu auch Hepp, Andreas: Netzwerke der Medien – Netzwerke des Alltags.: Medienalltag in der Netzwerkgesellschaft. In: Thomas, Tanja (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden 2008, S. 63-90; Schütz, Alfred/Luckmann, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Konstanz 2003.

²⁹⁰ Hier spielen Kontext und Übertragungskanal ebenfalls eine entscheidende Rolle. Dies formulierte McLuhan äußerst treffend in seiner berühmt gewordenen Aussage: „the medium is the message“. Siehe hierzu McLuhan: The Medium is the Message.

sen zur Verankerung ihrer Interessen im omnimedialen Mediensystem verhilft. Der Begriff der *integrierten Kommunikation* ist dort längst praxisorientierte Methode geworden. Integrierte Kommunikation definiert sich (aus Unternehmenssicht) nach Manfred Bruhn wie folgt:

Die integrierte Kommunikation ist ein Prozess der Analyse, Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle, der darauf ausgerichtet ist, aus den differenzierten Quellen der internen und externen Kommunikation von Unternehmen eine Einheit herzustellen, um ein für die Zielgruppen der Unternehmenskommunikation konsistentes Erscheinungsbild über das Unternehmen zu vermitteln.²⁹¹

Dass dieses repräsentative Bild ein konstruiertes ist, kann schnell aus dem Fokus des Nutzers geraten, da sich in wiederholter Form ein kongruentes und konsistentes Gesamtbild über alle Medien hinweg wiederfindet. Doch Multiplikation von Botschaften dient nur bedingt der Etablierung einer massenfähigen und wirklichkeitsbildenden Präsenz. Dennoch versuchen gerade Medienunternehmen mittels Aufbau von Marken über Werbung und Marketing gezielt ein Vertrauen Ihrer Konsumenten in die eigene Marke (und damit Unternehmenspolitik) durch Beeinflussungstechniken in der alltäglichen Kommunikation zu erzielen.²⁹² Die Methoden finden dabei zunehmend auch Zuspruch in der medialen Lebensübersetzung, da die omnimediale Distribution solcher Kommunikation ihre Wirkung insbesondere bei sehr jungen Menschen verstärkt erzielt. Der zunehmende Umgang und die omnimediale Kommunikation von Marken nach ökonomisch getriebenen Marketingstrategien prägt damit zunehmend das Verhalten und Denken einer heranwachsenden Generationen.

Die Mehrheit der deutschen Jugendlichen glaubt, dass das Leben nur noch schlechter werden kann. Schon im Alter von 15 Jahren sind sie einem enormen gesellschaftlichen Druck ausgesetzt. Es reicht nicht mehr nur, das Gymnasium zu schaffen. Die Jugend von heute muss in einer komplexen Leistungsgesellschaft bestehen, Erfahrungen im Ausland sammeln, am besten vier Fremdsprachen und zwei Instrumente beherrschen. Und natürlich sportlich sein und gut aussehen. Gleichzeitig fühlt sich diese Generation auch perspektivlos. Denn die globale und vielfältige Arbeitswelt mit all ihren Möglichkeiten überfordert sie. Die Unfähigkeit, Entscheidungen zu treffen, wird zu einer Generationsschwäche. Doch die Gesellschaft erwartet genau das. Diesen Druck gleichen junge Leute beim Shoppen aus. Je komplizierter es wird, langfristige Projekte zu realisieren, desto wichtiger wird auch die momentane Situation.²⁹³

²⁹¹ Bruhn, Manfred: Integrierte Kommunikation. In: Schwarz, Torsten/Braun, Gabriele (Hrsg.): Leitfaden integrierter Kommunikation. Waghäusel 2006, S.23-79, hier S. 77.

²⁹² Siehe hierzu vertiefend Becker, Walter: Beeinflussungstechniken in Werbung und Verkauf. Zur Psychologie persuasiver Kommunikation. Wien 1998.

²⁹³ Bloed, Peter/Tilz, Jana: Konsum: Jung, hip, markengeil. Focus Money Nr. 14/2012 vom 28.03.2012. http://www.focus.de/finanzen/boerse/konsum-jung-hip-markengeil_aid_728796.html (Stand: 16.04.2012).

Mit der zunehmenden Lebenskomplexität und dem gestiegenen gesellschaftlichem Leistungsdruck bieten Marken daher gerade Jugendlichen eine Form von strukturierter Sicherheit in einem hyperkomplexen omnimedialen Gesellschaftsgefüge.

Marken suggerieren häufig einen Lebensstil, den man sich als Konsument sozusagen überstülpt. Gleichzeitig muss sich die junge Generation immer wieder in einem neuen Umfeld zurechtfinden. Marken helfen, sich in einer Gruppe zu etablieren. [...] Wenn sie viele Optionen haben, sind sie schneller überfordert. Und es bleibt immer das Gefühl der Unsicherheit, ob man wirklich die richtige Wahl getroffen hat. Marken zu tragen und damit in diesen Lebenswelten zu sein erzeugt Wohlbefinden. Und Marken schaffen die direkte Bestätigung des Zugehörigkeitsgefühls zu einer Gruppe oder einem Umfeld. Schließlich geht es in der Gesellschaft heute auch darum, sich permanent durchsetzen zu müssen und hervorzustechen.²⁹⁴

Eine klare Abgrenzung zwischen unternehmensstrategischen Markenzielen, Werbemotiven, Werbebotschaften und öffentlicher Meinung lässt sich kaum mehr trennscharf ziehen. Unsere alltägliche Kommunikation ist durch die omnimediale Gesellschaftsform nicht mehr in privat- oder öffentlichkeitsrelevante Kommunikation geteilt, sondern vermischt sich fortwährend.

Die kommunikative Vernetzung aller Bereiche beeinflussen soziale, kulturelle und gesellschaftliche Strukturen gleichermaßen, die sich durchaus im Sinne einer Polykontextualität verhält. Die offenen Kommunikationsbereiche werden in internetbasierten Netzwerken wie Facebook, Xing oder LinkedIn²⁹⁵ bevorzugt, um eine extreme Vernetzung aller Lebensbereiche auf wenigen Plattformen zu ermöglichen, damit die Daten jeglicher Kommunikation kanalisiert gebündelt werden können. Eine gleichermaßen einfache Distribution von Inhalten an Freunde, Bekannte, Kollegen oder Geschäftspartner wird ermöglicht, bei der die Gesamtheit an Kommunikationssituationen nicht mehr so stark differenziert wird wie in face-to-face Situationen. Eine gezielte Selektion des Informationsgehalts wird zugunsten der einfachen (vor allem medialen) Distribution an *alle* bevorzugt. Es entsteht eine Kommunikationskultur der omnimedialen Interaktion.

²⁹⁴ Focus Money Online: Marken geben Sicherheit. Interview mit Wolfgang Adlwarth von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) über den gestiegenen Druck zur Inszenierung bei jungen Menschen – und warum die Generation Praktikum verstärkt nach Marken greift. http://www.focus.de/finanzen/boerse/interview-marken-geben-sicherheit_aid_728800.html (Stand: 16.04.2012)

²⁹⁵ Facebook dient dabei vor allem für den Privatbereich mit Bildern, Videos, Veranstaltungen, Statusmeldungen und Kommentaren, während Portale wie Xing oder LinkedIn sich auf den Geschäftsbereich konzentrieren mit dem Ziel, möglichst stark vernetzt zu sein und sich selbst dort als potentielle Arbeitskraft präsentieren zu können. Vgl. hierzu die URL <http://www.facebook.de>; <http://www.linkedin.com> und <http://www.xing.de>.

Unabhängig davon, wie man den Begriff *Kultur* auch definiert: Zustand, Ausprägung, Wesen und Funktionsweisen einer Kultur stehen in untrennbarem Zusammenhang mit Medien, in denen sie sich vollzieht. Das gilt für eine Gesamtheit sinnstiftender Symbolisierung in Religion, Wissenschaft und Kunst ebenso wie für die Weitergabe und Verbreitung von Werten, Moralvorstellungen und Normen. Gleichmaßen gilt dies für Erkenntnis- und Verhaltensgewohnheiten einer Kultur, sowie dem produktiven Spartenbetrieb. Kultur ist ohne Medien einfach nicht denkbar. Dabei spielt das Medium nicht immer die primäre Rolle in jenem Kontext, in dem es kulturprägend das kulturelle Gebilde als identitätsstiftendes Geschehen beeinflusst. Es lässt sich feststellen, dass Medien ihre spätere Verwendungsweise erst im Laufe ihrer Anwendung, Etablierung und Implementierung im laufenden Kulturbetrieb ausbilden. Eine ursprüngliche Intension medialer Innovationen ist – ähnlich einer Autorschaft – lediglich der erst Verwendungsgedanke. Die eigentliche Funktion wird rückwirkend immer wieder der neu verortet und der Verwendungsbereich nachgelagert zugewiesen. Die Verwendungsweise ist allein durch eine Medientechnologie oder dem ursprünglichen Entwicklungszweck nicht von Beginn an inhärent. Gerade *neue* Medien verändern immer wieder durch ihren gesellschaftlichen Zusammenhang und ihrer funktionalen Ausdifferenzierung ihre Leistungs- und Funktionsparameter. Genügen die medienspezifischen Eigenschaften nicht den gesellschaftlichen Kommunikationsanforderungen, so werden sie anderweitig verwendet, abgewandelt oder die grundlegende Funktion in neue Medien integriert. Damit kodifizieren/konditionieren sie gleichzeitig den Sinnhorizont der gesellschaftlichen und kulturellen Kommunikation und beeinflussen so wiederum die soziale Wirklichkeit und Wahrnehmung des Kulturkreises.

Eine heranwachsende Generation ist bereits seit frühester Kindheit multimedial mediensozialisiert und lebt in einem Umfeld zunehmend unsichtbarer²⁹⁶ Medien, die sich zwar nicht verstecken, aber in Ihrer Nutzung nicht mehr explizit oder bewusst wahrgenom-

²⁹⁶ Gemeint ist hier die *Form* eines Mediums, die bei der Kommunikation kaum oder nicht mehr wahrgenommen wird. Vielmehr konzentriert sich die Sinnauswahl durch die Wahl eines Mediums und stellt damit die thematisierten Inhalte in den Vordergrund. Das Medium wirkt dadurch „unsichtbar“.

men werden. Ein aktuelles Beispiel ist das Cloud Computing²⁹⁷, das alle Einzelkomponenten und Datenbestände zentral in die sogenannte *Cloud* verlegt und nur noch entsprechend des aktuellen Bedarfs über das Internet darauf zugegriffen wird. Die kostspielige Anschaffung eigener Technik, sowie ein damit verbundene Pflege- und Betreuungsaufwand sind nicht mehr notwendig. Die Medientechnik verschwindet damit zunehmend aus dem unmittelbar sichtbaren Umfeld. Für den Anwender bzw. Nutzer „verschwinden“ neben der Technik auch gleich die gesamten Prozesse inkl. Speicherort der Daten. Die Anwendung rückt in den Vordergrund, die medientechnische Komponenten auf ein Minimum reduziert und als virtuelle Ressourcen auf Abruf parat hält.

Cloud Computing bezeichnet das dynamisch an den Bedarf angepasste Anbieten, Nutzen und Abrechnen von IT-Dienstleistungen über ein Netz. Angebot und Nutzung dieser Dienstleistungen erfolgen dabei ausschließlich über definierte technische Schnittstellen und Protokolle. Die Spannweite der im Rahmen von Cloud Computing angebotenen Dienstleistungen umfasst das komplette Spektrum der Informationstechnik und beinhaltet unter anderem Infrastruktur (z. B. Rechenleistung, Speicherplatz), Plattformen und Software.²⁹⁸

Junge Menschen lernen diese Nutzungs- und Funktionsweisen von Beginn ihres Lebens an. Sie sind bereits vertraut mit der Situation, dass sie gesellschaftliche Informationen aus ihren Online-Netzwerken ziehen können, ohne selbst aktiv danach suchen zu müssen oder selbst Nachrichten einzustellen. Mit der omnimedialen Aneignung und Erschließung der Welt wird die Anteilnahme an öffentlichen oder gesellschaftlich relevanten Themen in aktive und passive Nutzungsweisen differenziert. Ein Großteil der Teilnehmer ist dabei vor allem passiv konsumierend.

Abseits der privaten Communitys, in denen gepostet, kommentiert und diskutiert wird, zeigen sich nur 8 Prozent aller Onliner überhaupt noch offen für Beteiligung, 57 Prozent verweigern sich kategorisch. Schon bei den ab 30-Jährigen beginnt der Generationenabriss: Die Mehrheit der 30- bis 39-Jährigen interessiert sich schlichtweg nicht für aktive Beteiligung im Netz. Dies bestätigt Befunde der vergangenen Jahre, wonach nur ein sehr geringer Teil der Nutzer user-generated Content für eine passive Mehrheit zur Verfügung stellt.²⁹⁹

Ein Medienkosmopolit hat ein stetig verfügbares Spektrum an sozialen, kulturellen und politischen Diskursen, die nach Priorisierung der Massen als gesellschaftliche relevante

²⁹⁷ Für den Begriff des *Cloud Computing* stehen verschiedene Definitionen zur Verfügung, bei der sich noch kein allgemein durchsetzen konnte. Hier wird daher die Definition des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik herangezogen. Siehe hierzu ausführlicher Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (kurz BSI): Cloud Computing. https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/CloudComputing/CloudComputing_node.html (Stand: 12.03.2012).

²⁹⁸ Ebd.

²⁹⁹ Busemann/Gscheidle: Web 2.0. Habitualisierung der Social Communitys, S. 389f.

Themen schließlich selbst den Weg in Online-Informationsnetzwerke finden. Mit diesen Informationen wird dann der individuelle Handlungsspielraum gesteckt und begründet, der sich aus Einzelmeinungen, sowie übergreifenden Masseninhalten zusammensetzt.

Zusammenfassend sei an dieser Stelle festgehalten, dass die eigentliche Funktion der Medien erst im Laufe ihres Verwendungsprozesses deutlich wird. Medientechnik verschwindet dabei physisch immer mehr und rückt die virtuellen Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten deutlich stärker in den Vordergrund. Eine fortwährende Neujustierung der Nutzungssituationen erleichtert die omnimediale Interaktion in interpersonaler wie massenmedialer Kommunikation. Wer dem steigenden kommunikativen Omnimedialitätsdruck nicht gewachsen ist, wird zum Außenseiter gesellschaftlich relevanter Diskurse.

Die Internetisierung und Vernetzung von Medien wird zur Grundbedingung der omnimedialen Individualpräsenz. Eine ausgeprägte Medienkompetenz ist in einer omnimedialen Gesellschaft daher ein unverzichtbares Sozialisationskriterium. Schließlich besteht eine strukturelle Kopplung medialer Habitualisierung an die persönlichen Identitätsbildungsprozesse. Mit der durch Omnimedialität gestiegenen Lebenskomplexität etablieren sich Methoden und Techniken im Alltag, die mittels integrierter Kommunikation auch die Verhaltens- und Denkweisen verändern. Hiervon betroffen sind insbesondere kulturelle Ausprägungen, die sich – insbesondere bei jungen Menschen – an Markenbildungsprozessen orientieren. Die Identifikation findet damit nicht mehr nur in kulturellen Wissens- und Bildungssystemen statt, sondern orientiert sich zunehmend an medienvermittelter Subkultur von stark präsenten Kommunikatoren.

Der Wandel hin zur Omnimedialität hat das bisherige Rezeptionsverhalten tradierter Informationsquellen massiv verändert. Wie sich dieser omnimediale Wandel ausgestaltet, dem soll im anschließenden Kapitel nachgegangen werden.

3.2. *Omnimedialer Wandel und gesellschaftlicher Umbruch*

Generell lässt sich feststellen, dass mit einem Wandel der medialen Kommunikationsmöglichkeiten ein Bruch der gewohnten Medienordnung einhergeht. Werner Faulstich spricht hier vom traditionellen „Kulturschock“³⁰⁰ durch den Medienwandel. Aus seiner Sicht heben internetbasierte Netzwerke „Information, Kommunikation, Simulation auf eine globale Ebene und ersetzen das bisherige Sender-Empfänger-Schema durch das Paradigma einer reziproken Kommunikationsbeziehung“.³⁰¹ Neue Medien stellen die soziale Kommunikation in Frage und verändern die Sinnmöglichkeiten der gesellschaftlichen Kommunikation. Kurz: Neue Medien rufen eine Neuordnung der bisherigen Kommunikationskonzepte hervor. Da neue Medien aber auf alten Systemen basieren, verdrängen sie nicht zwangsläufig das bereits etablierte Mediensystem.³⁰² Statt von einer *Medienrevolution*, muss von einer Rekonfiguration des Mediensystems gesprochen werden. Ein Beispiel: Das Internet hat die gedruckte Version eines Buches keinesfalls obsolet werden lassen, sondern ihm lediglich eine veränderte Position im System der Kommunikationsmöglichkeiten beschert – aber damit gleichzeitig die bisherige dominante Rolle als Leitmedium strittig gemacht.

Entscheidend für den Erfolg eines Mediums ist ein Kommunikationsengpass im medialen Komplexitätsniveau. Eng verwoben mit den Überlegungen des letzten Kapitels schließt sich damit erneut die zweite These der vorliegenden Arbeit an, die eine integrierte Kommunikation als Initiator einer Komplexitätsreduktion beschreibt. Die kontinuierliche Verfügbarkeit aller Kommunikationskanäle zu einer medialen Omnipräsenz überformt die Übersichtlichkeit der verfügbaren Inhalte. Aus Medienkonsumenten werden Sinnproduzenten, die sich im Informationsdschungel zu orientieren versuchen. Der sogenannte „information overload“³⁰³ oder der „data smog“³⁰⁴ schaffen einer derartige

³⁰⁰ Vgl. Faulstich: Grundwissen Medien, S. 32.

³⁰¹ Ebd., S. 32.

³⁰² Hierzu hat Wolfgang Riepls „Gesetz“ aus dem Jahr 1913 eine aktuell wieder vermehrt aufgegriffene und häufig zitierte Wiederbelebung erfahren. Sinngemäß führte er aus, dass alte Medien niemals von neuen verdrängt werden, sondern sich neben diesen halten. Siehe hierzu Riepl: Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer.

³⁰³ Vgl. Carlson, C.N.: Information overload, retrieval strategies and Internet user empowerment. Helsinki 2003. In Conference Paper: The Good, the Bad and the Irrelevant (COST 269), Helsinki, 3 - 5 September 2003. Media Lab UIAH, S. 169-173.

³⁰⁴ Schenk, David: Data Smog: Surviving the Information Glut (1997). <http://www.salemstate.edu/~tevens/overload.htm> (Stand 15.03.2011).

Überflutung mit Informationen, dass ein zunehmender Bedarf an einer Komplexitätsreduktion entsteht. Medien reagieren dabei sehr sensibel auf Komplexitätsprobleme der gesellschaftlichen Kommunikation. Doch erst wenn die Möglichkeiten bestehender Medien- oder Kommunikationstechniken nicht komplex genug weiterentwickelt werden können, substituieren neue Medien den status quo als geeigneter Problemlöser für die spezifischen Engpässe.

Die Überformung bestehender Expressions- oder Kommunikationsmöglichkeiten fordert dann eine Ausdifferenzierung bzw. Verlagerung der Inhalte in andere Medien, die mit dem gesteigerten Komplexitätsniveau zunächst eine Reduktion der Komplexität erreichen. Sie schaffen damit einen leichteren Zugang bei besserer Distribution. Dies stützt zunächst die These dieser Arbeit, dass integrierte Kommunikation der Initiator von Komplexitätsreduktion ist. Auf diese Weise werden mediale Engpässe entschärft und der Kommunikationsfluss weiter gesichert. Allerdings beginnt mit der ersten Reduktion erneut die vertiefende Integration von Kommunikation, aus deren anfänglicher Komplexitätsreduktion alsbald die nächste Grenze der systeminternen Medienleistung erreicht wird und erneut den Kreislauf auslöst. D.h., dass mit dem Rückgriff der integrierten Kommunikation auf *neue* Medien eine neue Umgangs- oder Zugangskomplexität erforderlich wird, die einen neuen – deutlich komplexeren – Grad an Medienkompetenz erfordert. Mit der Reduktion durch integrierte Kommunikation kann daher nur vorübergehend ein reduzierter Komplexitätsgrad initiiert werden. Das bedeutet, dass auch die Medienkompetenz zunächst ein Mindestniveau erreichen muss, bevor durch den Rückgriff auf neue Medien mit integrierter Kommunikation das Komplexitätsniveau informeller Engpässe gelöst werden kann. Die Reduktion geschieht keineswegs schlagartig, sondern vollzieht als andauernder Prozess. Neue Medien sind bereits lange etabliert, bevor bewusst wahrgenommen wird, dass sie eigentlich „neu“ sind – allein durch ihre Etablierung aber keinesfalls mehr wirklich *neu* sein können.

Neue Medien reagieren damit auf ungelöste gesellschaftliche Kommunikationsprobleme und liefern mit der neuen Sinnstrukturierung auch gleich eine vorübergehende Lösung. Dennoch erweitern sie gleichzeitig die Variationsmöglichkeit und bringen neben der Lösung für ein Problem auch neue Komplexitätsprobleme mit sich. Kurz: Neue Medien führen ein neues Komplexitätsniveau ein und beinhalten durch die neuen Möglichkeiten auch gleichzeitig einen Entwicklungsdruck hin zur nächsten Stufe. Man kann immer

wieder beobachten, dass eine Ausdifferenzierung von Medien als evolutionsartige Veränderung mit dem Komplexitätsniveau gesellschaftlicher Kommunikation korreliert.

Vor allem mit der

Ausdifferenzierung des Computers zu einem vielfältigen Medium [...] zeigt sich, dass die Prozesse der Rekursion und Remediation nie nur von apparativ-technologischen Konstellationen bestimmt werden, sondern immer auch von den Diskursen über die Medien [...].³⁰⁵

Innerhalb der Mediendiskurse können uns Metaphern und Bilder helfen, „die Bedeutung der kulturellen und sozialen Umwälzungen, die durch Computer verursacht werden“³⁰⁶ besser begreiflich und manifester zu machen. Stefan Münker und Alexander Roesler relativieren zwar den Stellenwert des Internets als kulturelle Situierung, in dem sie behaupten, dass es zivilisationshistorisch bedeutendere Ereignisse gab, dennoch gestehen sie ein revolutionierendes Potential zu und bemerken selbst, dass die Konsequenzen dieser rasanten Entwicklung noch keineswegs endgültig bestimmt werden können.³⁰⁷

Kein Medium hat jemals zuvor so schnell so viele grundlegende gesellschaftliche Veränderungen und technische Innovationen mit sich gebracht wie das Internet; und dessen Erfolgsgeschichte ist noch nicht am Ende.³⁰⁸

Mit den neuen Medien eröffnet sich auch die Möglichkeit einer Perfektion im wörtlichsten Sinne. Denn gerade die neuen Techniken sind Perfektionsmedien. Begriffe wie *Echt*, *Unikat* oder *Vollendung* verblasen Angesichts der Grenzenlosigkeit computergestützter Dynamisierung. Alles, was am Computer digital entsteht, ist revidierbar, manipulierbar und veränderbar. Debugging³⁰⁹ scheint in diesem Zusammenhang dann auch das Zauberwort, mit dem ein Streben nach Optimierung überflüssig zu werden scheint. Mit einer solchen Unendlichkeit steigert sich unweigerlich die Komplexität der Darstellbarkeit linearer Reproduktion. Zwangsläufig wird damit eine Simulationspräsentation notwendig, um dieser Komplexität des sozialen Systems ohne Einbußen genüge zu tun.

³⁰⁵ Schumacher, Eckhard: Hypertext und World Wide Web. In: Albert Kümmel/Leander Scholz/Eckhard Schumacher (Hrsg.): Einführung in die Geschichte der Medien. Paderborn 2004, S. 256.

³⁰⁶ Ebd., S. 257.

³⁰⁷ Münker, Stefan/Roesler, Alexander: Vom Mythos zur Praxis. In: Dies. (Hrsg.): Praxis Internet. Frankfurt a. M. 2002, S. 11.

³⁰⁸ Ebd., S. 11.

³⁰⁹ Debugging (Bug = engl. Insekt/Käfer) bezeichnet das Beheben eines Programmfehlers (sog. Bug) in einer Software durch ein Werkzeug, das Fehler in Hard- und Software oder allgemeiner gesprochen im System aufspüren kann.

Betrachtet man aus dieser Perspektive beispielsweise Schrift in Büchern, so muss eine der ersten Schlussfolgerungen sein, dass lineare Schrift bzw. Texte der digitalen Anforderung nicht mehr gerecht werden und z. B. durch Hyperlinks ins neue System übertragen werden müssen. Das Beispiel nichtlinear/labyrinthisch geschriebener Bücher scheint dabei ebenso Berühmtheit erlangt zu haben, wie das finale Scheitern eben diesen Anspruchs. Die nichtlineare Verknüpfung ist die Eigenschaft der Hypermedien, die sich ebenjener nichtlinearen Vermittlung bedienen können und durch Querverweise und Hyperlinks eine natürliche Topographie überflüssig machen, die dem „alten“ Medium Buch zu Eigen ist.

Dennoch lassen uns neuen Medien die spezifische Verwendung und bisher erlernten Nutzungsgewohnheiten nicht vollständig aufgeben, sondern setzen diese in metaphorischer Weise als Navigationshilfen im digitalen Informationsraum ein. Sie folgen damit einer Verdichtung an Verbindungen/Verknüpfungen, die Büchern in dieser Form niemals möglich wäre. Hinzu kommt hier auch die Auflösung passiver Linearität, die einer interaktiven Informationsselektion weicht. Der Leser wird zum Co-Produzent und gestaltet aktiv an der Rezeptionsmechanik mit. Auf diese Weise wird impliziert, welche Leistungen des Vorgängermediums substituiert werden. Mit zunehmender Kooperation dieser Verfahrensweise wird der Leser aber immer mehr zum Nutzer einer vorgegebenen Rahmenbedingung, in der er nicht mehr die dominierende Stellung in einer technischen Wirklichkeit einnimmt. Vielmehr unterliegt er den Programmierregeln und algorithmisch-binären Schleifen kommunikativer Simulationsmaschinen. Ein solcher Mitbestimmungsprozess ruft in weiterer Konsequenz schließlich konvergente Grenzziehungen hervor, die sich als Identitätsprobleme der digitalen Moderne äußern. Der Mensch wird vom Nutzer zum Schalter.

Wie tief die Verwendung von Medien in unser Selbstverständnis eingreift, zeigt sich sehr deutlich in der Alltagsmetaphorik. Gängige Computermetaphern werden bedenkenlos auch auf Persönlichkeit, Bewusstsein und Körper übertragen. Das Verinnerlichen dieser Schaltkreismechanik fördert die Referenzebene vom Körper weg, hin auf das Digitale zu verlagern. Das Gehirn wird zum Prozessor, Nervenbahnen zu Glasfaserkabeln und Köperteile zur Hardware. Computer sind in diesem Verständnis aber weit mehr als nur die Verlängerung oder Verlagerung unserer Sinnesorgane, sondern bilden die Realität als sinnorganisches Weltgehirn, das uns als neuronale Peripherie versteht. Eine derart

ausdifferenzierte Wahrnehmungsstruktur entäußert das gesamte Nervensystem und simuliert Bewusstsein als computerbasierte Transformation von Sinneserfahrungen. Ein kybernetisches Menschenbild scheint nicht nur fiktionale Zukunftsvision, sondern zeigt bereits auf das Ende dieser Entwicklung: vom Menschen entkoppelte Datenverarbeitung durch Schaltkreise, die durch dynamische Programmregeln persönliche Urteilskraft simulieren. Durch Kombinatorik und Operationalisierung von Steuerprozessen transformieren Digitalmedien den *Geist* in binäre Entscheidungsprozesse manipulierbarer Datenketten.

Auch wenn solchen Phantasmagorien mit Skepsis begegnet werden kann, so sind große Teile dieser Metaphorik längst im Jargon von Jugendlichen zum Alltagsvokabular avanciert. Durch Metaphorisierung menschlicher Erfahrung bestimmen Medien damit die Konstruktion unserer Wirklichkeit entscheidend mit und formieren menschliches Handeln. Mit den neuen digitalen Medien werden Sinne nicht nur simuliert, sondern rekonstruiert und letztlich artifiziell ersetzt.

Als der Medienunternehmer und Netzpionier Tim O'Reilly im Oktober 2004 vor einem reinen Fachpublikum den Begriff Web 2.0 vorstellte, war nicht abzusehen, welche Kreise er ziehen würde. Nicht einmal zwei Jahre später hat die Frage, wohin das Internet steuert, sich vom netzinternen Streitthema zu allgemeinen Debattenstoff erhitzt. Wer „Web 2.0“ googelt, erhält 53 Millionen Einträge. Zum Vergleich: „Grass“ und „Handke“ bringen es zusammengenommen nicht einmal auf sieben Millionen.

Dabei bezeichnet Web 2.0 zunächst nur den Sachverhalt, dass – im Gegensatz zum spezialisierten „alten“ Netz – eine ständig wachsende Zahl von Menschen online agiert. Weblogs, Chatrooms und Musiktäuschbörsen waren nur der Anfang, inzwischen werden dank wachsender Übertragungsraten Videos ins Netz gestellt und selbst erstellte Radioprogramme versendet, und mit der Online-Enzyklopädie *Wikipedia* hat das kanonische Wissen Konkurrenz durch Laienautoren bekommen. Das Internet hat sich vom bloßen Verbreitungsmedium zum Marktplatz gewandelt, auf dem selbst produzierte Inhalte die Regel sind. Oft spiegeln sie bloß die Bedürfnislage der privaten Anbieter: Leute kennen lernen, sich mitteilen, reich und berühmt werden, doch gerade die Buntheit des Angebots zieht Visionäre an.³¹⁰

Vor dem Hintergrund der massenmedialen technischen Evolution findet die Veränderung von einer Massenkommunikation hin zu einer Individualkommunikation verstärkte Aufmerksamkeit. Mit der Einführung und Etablierung neuer Kommunikationssysteme wie „pay per view“ oder „online-shopping“ verliert die Unterscheidung zwischen Massen- und Individualkommunikation weiter an Trennschärfe. Die Individualisierung der

³¹⁰ Groß, Thomas: Per Anhalter durchs Pluriversum. Die Laien erobern das Internet. Mit welchen Folgen? Sieben Thesen zur digitalen Zukunft. In: DIE ZEIT, Nr. 38, 14.09.2006.

massentauglichen Kommunikationsmedien überwindet damit die analytische Trennung deshalb aber noch nicht.³¹¹

Blickt man in die Kommunikationswelt des digitalen Marketings, so stellt man fest, dass Informationsverarbeitungsprozesse stark mit dem Organisationsprinzip von Gedächtnisinhalten im Gehirn verbunden sind. Daher kann durch verstärkte Penetration bzw. erhöhtem Werbedruck bis zu einer kritischen Größe ein deutlich besseres Werbeerinnerungsergebnis von Werbekampagnen erzielt. Je mehr mediale Kommunikationskanäle mit den inhaltlich aufeinanderbezogenen bzw. vernetzten Werbeansprachen besetzt werden können, desto hochwertiger werden die Zielgruppenkontakte. In Bezug auf die Werbewirkung kann so eine deutlich gesteigerte Bekanntheit und detailliertere Werbeerinnerung im Vergleich zu Einzelmedien festgestellt werden.³¹²

Es lohnt sich also, multimedial über alle Kanäle zu kommunizieren, um gehört zu werden. Ein Prinzip, das sich auch auf persönliches Kommunikationsverhalten ausgebreitet hat. Mit der Verlagerung von einem Broadcasting hin zum Narrowcasting³¹³ wurde die Kultur der Massenmedien um eine weitere individualisierte Sparte erweitert, die sich auf eine definierte Zielgruppe stützt und deren Bedürfnisse bedient. Beispiel ist hier die Ausstrahlung von Radioprogrammen über das Internet (sogenannte Webradio-Streams), die weltweit empfangen werden können, aber sich durch ihre inhaltliche Spezialisierung nur auf eine kleine Zielgruppe fokussieren.

Auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (kurz: BMWi) hat die voranschreitende Entwicklung der Omnimedialisierung der Gesellschaft als einen gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang erkannt und eine Initiative mit dem Titel „Deutschland Digital 2015“³¹⁴ ins Leben gerufen. Erklärtes Ziel dieser Initiative ist, neben Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, dem Ausbau der Infrastrukturen, Gewährleistung von Schutz- und Individualrechten der Nutzer, auch der Ausbau von

³¹¹ Vgl. Jäckel, Michael: Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. Opladen 1996.

³¹² Vgl. Burst, Michael/Schmitt-Walter, Nikolaus: Vernetzte Kampagnen. Werbewirkung crossmedialer Kampagnen. SevenOne Media GmbH. Unterföhrung 2003, S. 38.

³¹³ Gemeint ist hier die zunehmende Verschiebung der Kommunikation von einer für eine „breite Masse“ bestimmten Inhalte hin zu einer differenzierten, zielgruppenspezifischen Angebotskommunikation, die auf individuelle Bedürfnisse auch kleinerer, definierter Gruppen spezialisiert. Man könnte hier auch von einer ausdifferenzierenden Diversifikation der Kommunikationsinhalte sprechen.

³¹⁴ Vgl. BMWi: Deutschland Digital 2015.

Forschung und Entwicklung hinsichtlich einer schnelleren Umsetzung der Forschungsergebnisse in technische Innovationen.³¹⁵ Hier lässt sich also ein grundsätzliches ökonomisches Interesse als Treiber der Omnimedialisierung erkennen. Neuere Studien richten daher den Blick auf die ökonomischen Zusammenhänge einer von Medien durchdrungenen, wie gleichermaßen abhängigen Gesellschaft:

Nur 18 Prozent der deutschen Unternehmen kommen vollständig ohne Internet aus. Das Geschäftsmodell jedes zweiten Unternehmens ist ohne Internet nicht mehr zu realisieren. Kurz: Das Internet ist zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor, einer unverzichtbaren wirtschaftlichen Ressource geworden. Es dringt in immer weitere Bereiche des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens vor und erlangt auch für die sogenannten „klassischen Industrien“ eine immer größere Bedeutung. Das Aufkommen des Internets der Dinge und des Internets der Dienste macht dies exemplarisch deutlich.³¹⁶

Die omnimediale Überrepräsentation löst die gewohnte Handhabung im Umgang mit Inhalten auf und Entsolidarisiert das soziale Gefüge. Die Individualisierung der omnimedialen Gesellschaft wird hervorgerufen durch den kulturellen und sozialen Alltag in der Partizipation am Mediensystem. Da die omnimediale Gesellschaft extrem offen ist für jegliche medialen Einflüsse, sind mit den globalen Netzstrukturen auch komplexere Denk- und Lösungsniveaus erforderlich. Nur wer diese zu meistern in der Lage ist, kann an relevanten Themen und Diskursen der Gesellschaft überhaupt noch partizipieren.

Durch die Omnimedialität der Gesellschaft verstärken sich die Wechselwirkungen zwischen Mediensystem und Sozialstruktur. Diese soziokulturellen Effekte lassen sich nicht nur an technischen Evolutionen erkennen, sondern auch an den Interdependenzen gesellschaftlicher und medialer Kommunikation. Die lebensweltorientierenden Grundfunktionen und Rahmenbedingungen werden mit der Gleichzeitigkeit der Kommunikation von staatlichen Organisationen, wirtschaftlichen Interessen und individuellen Lebenskonzepten mehrdimensional determiniert. Die verschärfte Konkurrenz staatlicher Ordnung mit individualprivatisierter Öffentlichkeit wird auch in empirischen Erhebungen und Studien über unsere internetbasierten Mediensysteme sichtbar. Hierauf soll im anschließenden Kapitel eingegangen werden, um die Entwicklung der omnimedialen Gesellschaft mit einem Blick in statistische Erhebungen weiter zu veranschaulichen.

³¹⁵ Vgl. BMWI: Deutschland Digital 2015.

³¹⁶ IW Consult / BITKOM: Wirtschaft digitalisiert – Wie viel Internet steckt in den Geschäftsmodellen deutscher Unternehmen? S. 52.
http://www.BITKOM.org/files/documents/Studie_Wirtschaft_digitalisiert.pdf (Stand: 16.02.2012).

3.2.1. Omnimediale Mediennutzung

Äußerst aufschlussreich für den Eindruck zur Nutzung, Wirkung und Funktionsweise bestehender Mediensysteme sind statistische und empirische Erhebungen von Medien- und Marktforschungsanstalten oder Sendeanstalten. Im Folgenden wird daher der Blick auf bereits etablierte Mediensysteme im Sinne massenkommunikativer Medienkanäle gerichtet, um deren Funktion in der Gesellschaft zu erläutern. Zugleich schärft dies das Verständnis zum bisherigen Stellenwert von Einzelmedien innerhalb der Gesellschaft. Daran soll gezeigt werden, dass sich durch internetbasierte Kommunikation alle Medien zu einem omnimedialen System über das Internet vernetzen.

Vor allem mit der Jahrhundertwende hat sich der Zyklus einer Lebensdauer von führenden Medienanstalten markant verkürzt. Ein rasches Fortschreiten der technologischen Rahmenbedingungen fördert diese Tendenzen bis heute. Aus diesem Grund wird der Blick vor allem auf die jüngste Entwicklung gerichtet. Dieser Trend zeichnet sich auch empirisch als zunehmende Medienkonvergenz über alle Systeme hinweg ab.

Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet 2000 bis 2011												
Erwachsene ab 14 Jahren												
Angaben in Minuten (jeweils Montag bis Sonntag)												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TV ¹⁾	203	309	214	221	230	231	235	225	225	228	244	229
Hörfunk ²⁾	205	204	199	195	196	193	186	185	186	182	187	192
Internet ³⁾	17	26	35	45	43	46	48	54	58	70	77	80

Tabelle 1: Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet.

Quelle: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=289> (Stand: 17.08.2011); (eigene Darstellung).

Die Enigma Medien- und Marktforschung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hat im Auftrag von ARD/ZDF die Nutzungsdauer drei großer Medien(systeme) in Deutschland miteinander verglichen: Fernsehen, Hörfunk und Internet. Die kontinuierliche Zunahme der Mediennutzung zeigt sich in allen drei Kernmedien sehr deutlich. Auffällig hierbei ist auch der überproportionale Anstieg beim Nutzungsverhalten des Internets. Hier ist die Hauptursache der schnellen Verbreitung und Nutzung des Internets in der rasanten Entwicklung neuer Medientechnik zu suchen.

Norbert Bolz stellt fest: „Offensichtlich ist das Informationsverarbeitungssystem Buch der Komplexität unserer sozialen Systeme nicht mehr gewachsen.“³¹⁷ Einschränkend hierzu muss angemerkt werden, dass diese Aussage wohl nur für gedruckte Bücher Bestand haben kann, die nicht mit Hypertexten umgehen wie bspw. eBooks in eReadern wie dem Kindle von Amazon.

In Tabelle 1 dominiert das Fernsehen nach wie vor mit deutlichem Abstand vor Hörfunk und Internet in der Nutzungsdauer. Die zunehmende Konvergenz der Inhalte des wachstumsstarken Internetmarktes in etablierten Mediensystemen kann allerdings als Hinweis auf die künftige stärkere Vernetzung der Systeme Fernsehen und Hörfunk über das Internet gewertet werden. Auffallend bei der Auswertung dieser Daten ist, dass nur Hörfunk einen Rückgang in den Jahren seit 2000 verzeichnen muss, sich aber von seinem Nutzungstiefstand von 2007 wieder leicht erholen konnte. Sicherlich ist eine solche Entwicklung mit der Nutzbarmachung moderner Endgeräte zur portablen Hörfunknutzung auch unterwegs über Handy, Musikplayer oder Computer zu erklären. Ebenso die zunehmende Möglichkeit Musik oder Radio auch über mobiles Internet zu empfangen, verstärken solche Tendenzen. Fernsehen und Hörfunk haben bereits vor Jahren damit begonnen ihre Inhalte mit dem IP-Verfahren³¹⁸ über das Internet anzubieten. Damit suchen sich beide Mediensysteme alternative Distributionswege, ohne zunächst gegenüber den klassischen Internetangeboten markant an Beliebtheit oder Nutzungsleistung einzubüßen.

Hier wird erneut bestätigt, dass Medien sich nicht vollständig verdrängen, sondern bei veränderten Anforderungen an deren Bedarf nur ihre Einsatz- und Verwendungsbereiche verlagern. Die Inklusion der Verschmelzung bestehender Medienfunktionen in ein omnimediales System ist nicht gleichbedeutend mit der Auflösung der bisherigen spezifischen Gebrauchsweise und Nutzungssituationen. Die gelernten Routinen wirken so stark in die digitalen Innovationen hinein, dass eine Funktion- und Verwendungsweise in differenzierte Arbeitsteilungen in der individuellen Mediennutzung auch in empiri-

³¹⁷ Bolz, Norbert: Zur Theorie der Hypermedien. In: Huber, Jörg / Müller, Alois Martin (Hrsg.): Raum und Verfahren. Basel/Frankfurt 1993, S. 17.

³¹⁸ Neben den Privatsendern haben sich auch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten dieser Entwicklung angeschlossen. Vgl. hierzu <http://www.ard-digital.de/Empfang--Technik/IPTV/IPTV-Einfuehrung> (Stand: 14.8.2011).

schen Befunden festzustellen ist.³¹⁹ Das Internet verhält sich wie ein überdimensionaler Konversator, der alle bisherigen Medien und Inhalte in sich vereint und diese in digital kodierter Form wieder zur Verfügung stellt. Der Unterschied zwischen so genannten *lean back-Medien*³²⁰ und interaktiven Medien verschimmt zusehends. Besser gesagt: Man sieht immer weniger Technik, sondern definiert sein mediales Konsumverhalten über den Mehrwert für den persönlichen Alltag. Die optische und haptische Reduktion von Medientechnik liegt derzeit stark im Trend und scheint aufgrund technischer Innovationen auf diesem Gebiet auch in Zukunft weiter vorangetrieben zu werden. Entwicklungen in diesem Sektor lassen sich weltweit auf Fachmessen wie der Internationale Funkausstellung (IFA)³²¹ oder dem Centrum für Büroautomaten, Informationstechnologie und Telekommunikationstechnik (CeBIT)³²² erleben, auf denen der Welt stets neueste Medientechniken und Nutzungstrends präsentiert werden. Gerade die Kombination verschiedener Medien bringt den Nutzen jedes Einzelmediums gewinnbringend zusammen und eröffnet damit den Horizont für neue Kontexte und Wirkungsbereiche. Hier hat sich mit der Integration oder Simulation multipler Mediensysteme das Internet als digitale Plattform für eine Vielzahl von medialen Anwendungsgebieten bereits etabliert. Unter dem Begriff *Internet* steht aber nach daher wie vor ein großes Konglomerat der unscharfen Trennung an Inhalten, Techniken und Anwendungsgebieten.

Die Transformation einer Medienfunktion in ein neues Medium oder Mediensystem ist mittlerweile selbstverständlich. Die Verwischung der Grenzen bspw. zwischen Fernsehen und Fernsehen im Internet wird sicher nicht als atemberaubende Entwicklung

³¹⁹ Siehe hierzu exemplarisch Hölzig, S./Domeyer, H./Hasebrink, U.: Souveräne Bindungen. Zeitliche Bezüge in Medienrepertoires und Kommunikationsmodi. In: Suckfüll, M./ Schramm H./ Wünsch C. (Hrsg.): *Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive*. Baden-Baden 2011, S. 71-88; Hasebrink, U.: Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In: Hasebrink U./Mikos L./Prommer E. (Hrsg.): *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen*. München 2004 (Reihe Rezeptionsforschung; Bd. 1), S. 67-86.

³²⁰ Lean back (engl. Zurücklehnen) meint in diesem Zusammenhang Medien, die den Zuschauer nicht aktiv an der Inhaltsvermittlung beteiligen, sondern diesen Inhalte empfangen bzw. konsumieren lassen. Diese einseitige Sender-Empfänger-Konstellation dient bisher zur passiven Unterhaltung und „seichten Berieslung“. Durch Anbindung solcher Medien an das Internet (IP basierte Technologien) ist in Zukunft eine interaktive Nutzung auch für die breite Masse finanzier- und realisierbar. Siehe zum Thema: <http://mf2010.medien-mittweida.de/news-lesen/items/fernsehen-ist-lean-back-medium.html> (Stand: 26.04.2012).

³²¹ Die IFA ist die international wichtigste Messe für Unterhaltungselektronik und Elektro-Haushaltsgeräte.

³²² Die CeBIT ist die international größte Messe für Informations- und Telekommunikationstechnik im Bereich digitaler Lösungen.

wahrgenommen. Durch das fortschreitende Unsichtbarwerden der Medientechnik, ist für Nutzer der Inhalt, die Verfügbarkeit und Nutzbarkeit der Funktionen für den individuellen Lebensalltag in den Vordergrund gerückt. Mit der Mobilisierung der Inhalte können bisherige physische Grenzen auf ein Minimum reduziert werden, um größtmögliche Individualität in der Mediennutzung anzubieten und bereitzustellen.

Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2011 nach Altersgruppen					
in Min. /Tag					
	Fernsehen ¹⁾	Hörfunk ²⁾	Internet ³⁾	Zeitung ⁴⁾	Tonträger ²⁾
Erw. ab 14 J.	229	192	80	23	30
14-19 J.	114	109	125	7	83
14-29 J.	146	145	147	10	67
30-49 J.	226	207	100	18	29
ab 50 J.	300	202	34	34	13

Tabelle 2: Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2011.

Quelle: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=289> (Stand: 17.08.2011); (eigene Darstellung)

Im Gegensatz zum Gesamtblick auf das Nutzungsverhalten, stellt sich das Nutzungsverhalten der Medien nach alterspezifischer Selektion etwas anders dar. Wie in Tab. 2 ersichtlich, hat vor allem in der Gruppe der 14-29jährigen das Internet die Nutzungsdauer anderer Medien überholt. Nur bei Nutzern über 30 Jahre steht das Medium *Fernsehen* noch an erster Stelle ihrer bevorzugten Medien. Die Entwicklung der letzten Jahre einer Hinwendung jüngerer Zielgruppen zum Metamedium *Internet*, kann auch für die nahe Zukunft erwartet werden.

Fast drei Viertel aller Deutschen nutzen nach der BITKOM-Studie „Netzgesellschaft“³²³ bereits das Internet. Und auch hier zeigt sich ein ähnliches Bild, der Internetnutzung nach Altersstrukturen. Betrachtet man die Altersverteilung, so sind Menschen unter 30 Jahren beinahe vollständig online, bei Senioren (sog. Silver Surfer) ist jeder Vierte schon im Netz unterwegs. Die Nutzer des Internets sind im Schnitt gut zwei Stunden online, wobei sich Männer länger als Frauen im Netz aufhalten. Vor allem der unmittelbare Mehrwert des sogenannten Web 2.0 kann als treibende Kraft dieser Sachverhalte angesehen werden. Junge Nutzer sind deutlich länger online als ältere. Und auch das

³²³ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 6.

Einkaufsverhalten passt sich den Möglichkeiten an. 85 Prozent der Internetnutzer haben schon einmal im Internet eingekauft. Besonders beliebt sind Tickets für Veranstaltungen. Insgesamt wird das Internet in der BITKOM-Studie als hilfreich für Berufs- und Privatleben bewertet. Dabei spielen sicherlich auch die mobilen Geräte eine einflussreiche Rolle. So nutzen rund 24 Prozent Laptops, Tablet-PCs oder PDAs für den Internetzugang. Bereits 18 Prozent gehen mit Smartphones/Mobiltelefonen online. Dabei stehen vor allem die Pflege von Freundschaften und beruflichen Kontakten im Vordergrund.

Auffällig ist, dass in Communitys zunehmend von der Möglichkeit Gebrauch gemacht wird, eigene Inhalte einer (potenziell) größeren Anzahl an Personen zugänglich zu machen. Hier deutet sich ein Wandel im Umgang mit der Community an: Neben One-to-one- wird zunehmend von One-to-many-Kommunikation Gebrauch gemacht.³²⁴

Doch auch auf die persönliche Weiterbildung hat das Internet positive Effekte. Sechs von zehn Nutzern geben an, ihre Allgemeinbildung verbessert zu haben. Jeder zweite sieht seine berufliche Bildung durch das Internet verbessert. Es zeigt sich, dass die Digital-Devide-Prognosen³²⁵ nicht im erwarteten Ausmaß eingetroffen sind. Auch wenn dem Domestizierungsansatz³²⁶ mit der Verbreitung des Internets vor allem im häuslichen Umfeld zugestimmt werden muss, so hat sich dennoch eine neue Unterscheidung in der Nutzungs- und Verbreitungsdimension im Sinne einer Teilung nach Hersteller und Anwender vollzogen.

Ähnlich wie in der Generation ihrer Eltern und Großeltern dominiert im Medienverhalten der Jüngeren eine passiv-konsumierende Grundhaltung, was auch den Umgang mit dem Internet einschließt. Über das Netz pflegen Jugendliche ihre privaten Kontakte und lassen sich unterhalten.³²⁷

Zudem werden mit einer Entgrenzung der Kommunikationsformen durch das Internet neue, bisher in diesen Bereichen nicht existente Medienkommunikationssituationen hervorgerufen, die einer omnimedialen Kommunikation deutlich näher stehen, als dies

³²⁴ Busemann/Gscheidle: Web 2.0. Habitualisierung der Social Communitys, S. 389.

³²⁵ Vgl. z. B. hierzu R Krings, Bettina-Johanna/Riehm, Ulrich: Internet für alle? Die Diskussion des "digital divide" revisited. In: Rehberg, K.-S. (Hrsg.): Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede. Frankfurt a. M. 2006, S. 3052-3061.

³²⁶ Vgl. Krotz/Hepp: Mediatisierte Welten, S. 142ff.

³²⁷ Van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. In: Media Perspektiven, Heft 7 (8/2012), S. 362-379, hier S. 18. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf (Stand: 04.09.2012).

mit intermedialer Nutzung oder Einzelmedienkommunikation der Fall ist.³²⁸ Auch van Eimeren/Frees halten in der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie 2012 fest:

Vor allem Tablets, aber auch Smartphones, sind Multifunktionsgeräte, die zunehmend auch als Zweitbildschirme (Second Screen) zum Einsatz kommen. Hier entwickeln sich erweiterte Nutzungssituationen, die zu einer hohen Diversität in der Mediennutzung führen und neue Nutzungsnischen erschließen.³²⁹

Denn gerade die zeitgleiche Nutzung mehrerer Medien wie Computer, Fernseher, Smartphone oder Tablets zeigt eine verstärkt omnimediale Nutzungsentwicklung (Trend zu Second Screen). Neben allen komfortablen Verbesserungen hat das Internet aber auch eine Kehrseite. Drei von zehn Nutzern haben online bereits negative Erfahrungen wie Belästigungen, Beleidigungen, Verbreitung von Unwahrheiten oder ungefragtes Veröffentlichen peinlicher Fotos gesammelt. Gerade der spielerische und teilweise naiv-positivistische Umgang mit dem Internet ist einerseits der Schlüssel für künftige Weiterentwicklungen, Innovationen und unbeschränkte Umgangsweisen, andererseits durch einen solchen Umgang aber auch Magnet krimineller Energien. Die damalige Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen bringt dieses Risikopotential vor allem für junge Menschen in einem Interview zum Ausdruck:

Die Entwicklung der neuen Medien ist atemberaubend. Für die meisten Kinder und Jugendlichen gehört das Internet heute ganz selbstverständlich zum Alltag, sie chatten mit Freunden, surfen, bloggen, spielen und recherchieren für ihre Hausaufgaben. Aber es gibt auch neue Gefahren. Deswegen ist es eine gemeinsame Aufgabe der Wirtschaft, der Communities und uns als Gesellschaft, immer wieder neue Antworten zu finden, damit die Risiken nicht die großen Chancen des Internets überlagern. Es muss unser gemeinsames Anliegen sein, dass der Jugendschutz nicht im Cyberspace abgehängt wird.³³⁰

Ein verantwortungsvoller Umgang und eine geführte Nutzbarmachung des Internets vor allem für jüngere Generationen scheint aufgrund einer zunehmenden Online-Kriminalität das verstärkt regulative Augenmerk der Bundesregierung zu rechtfertigen. Nachfolgende Grafik (Abbildung 1) beschreibt eine aktuelle Momentaufnahme der

³²⁸ Vgl. hierzu auch die Fallstudien von Röser, Jutta/Peil, Corinna: Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag. In: Röser, Jutta/Thomas, Tanja/ Peil, Corinna (Hrsg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden 2010, S. 220 - 241.

³²⁹ Van Eimeren/Frees: 76 Prozent der Deutschen online, S. 18.

³³⁰ BITKOM. http://www.BITKOM.org/de/presse/62013_60220.aspx (Stand: 09.02.2012).

BITKOM mit unverändert hoher Internetkriminalität, wie sie auch über das Bundeskriminalamt im *Bericht Bundeslagebild Cybercrime 2011*³³¹ bestätigt wird.

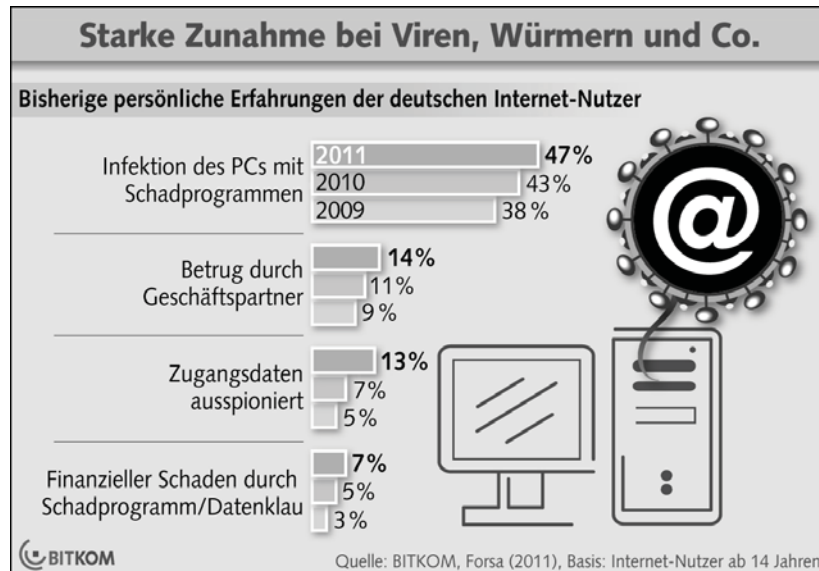


Abbildung 1: Zunahme der Internetkriminalität von 2009 zu 2011

Quelle: http://www.BITKOM.org/de/presse/8477_68473.aspx (Stand: 17.08.2011).

Es gibt mittlerweile eine Vielzahl an Schadprogrammen, die sich nicht nur auf den Computer beschränken, sondern auch für Mobilgeräte Sicherheitsrisiken bergen. Die ökonomischen Schäden sind zunehmend größer und verstärken ein Misstrauen in onlinenbasierte Anwendungen zusätzlich. Vor allem auf digitale Identitäten haben es Internetkriminelle abgesehen, da sich die virtuelle Identität einer real existierenden Person recht einfach gegenüber Dritten missbräuchlich im Internet verwenden lässt.

Die Täter im Bereich Cybercrime sind an allen Arten und Ausprägungen von digitalen Identitäten interessiert, die sie in ihren der aktuellen Situation angepassten kriminellen „Geschäftsmodellen“ verwenden können. Der Diebstahl digitaler Identitäten ist für Kriminelle äußerst lukrativ. Alle Arten digitaler Identitäten (z. B. Bankaccounts, Accounts für soziale Netzwerke, Kreditkartendaten) werden in den illegalen Webshops der sogenannten Underground Economy angeboten. Gerade im Bereich des digitalen Identitätsdiebstahls ist von einem großen Dunkelfeld auszugehen, wobei genauere Aussagen hierzu aufgrund unzureichender Daten nicht möglich sind. In diesem Bereich wissen die Geschädigten in aller Regel nicht, dass ihre Rechner infiziert und verschiedene Bestandteile ihrer digitalen Identität entwendet wurden. Nur dann, wenn es zu einem missbräuchlichen Einsatz kommt, erfolgt unter Umständen eine Mitteilung an die Strafverfolgungsbehörden.³³²

³³¹ Bundeskriminalamt (kurz BKA): [http://www.bka.de/nn_224082/SharedDocs/Downloads/DE/ Publikationen/JahresberichteUndLagebilder/Cybercrime/cybercrime2010,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/cybercrime2010.pdf](http://www.bka.de/nn_224082/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/JahresberichteUndLagebilder/Cybercrime/cybercrime2010,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/cybercrime2010.pdf) (Stand: 16.09.2011).

³³² BKA, S. 8.

In jüngster Zeit haben Medienunternehmen wie Facebook oder Google mit Ihren täglich wachsenden, sehr persönlichen Datensammlungen und dem Umgang mit Datenschutzgesetzen immer wieder negative Schlagzeilen gemacht. Dabei werden Projekte wie Google Street-View³³³ oder eine umfängliche Kommunikationszentrale wie z. B. Facebook heftig kritisiert. Deren Sammlung von Datenmaterial in Kombination mit den Mailkonten, Suchanfragen oder Satellitenbildern birgt datenschutzrechtliche Gefahren. Auch lassen sich von den Konzernen selbst immer wieder Verletzungen im Umgang und Schutz der persönlichen Daten feststellen. Solche Faktoren erhöhen die Gefahren des Missbrauchs virtueller Identitäten. An den umfangreichen Datensammlung und Profildetails sind vor allem Werbetreibende interessiert, da sich hier durch gezieltes Targeting einsparen und gleichzeitig durch neue Relevanzierung in großen Reichweiten viel Geld verdienen lässt. Mit der Profiltiefe der Nutzerdaten kann durch dieses Targeting werbliche Kommunikation individuell auf sehr persönliche Nutzungsweisen abgestimmt werden. Allerdings stellen derart detaillierte Identitätsprofile auch für kriminelle Zwecke eine wertvolle Datensammlung dar. Angriffe von Hackern auf umfangreiche Datenbestände, wie beispielsweise die des Sony Konzerns mit Nutzerdaten der Spielekonsole PS3, lassen sich in jüngster Zeit vermehrt beobachten.³³⁴ Insbesondere der kriminelle Handel mit digitalen Identitätsmerkmalen in virtuellen Mediensystemen verursacht einen gesamtökonomischen Schaden, der sich rekursiv auf das Nutzungsverhalten auswirkt. Ein monetärer Schaden ruft daher am ehesten kurzfristige Reaktanzen bei einzelnen Nutzern hervor. Nachfolgende Abbildung 2 zeigt, dass diese Schadensfälle längst kein Einzelfall mehr sind. Daher reagiert eine wachsende Zahl an Nutzern mit wachsender Skepsis und Vertrauenseinbußen in das Internet.³³⁵

http://www.bka.de/nm_224082/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/JahresberichteUndLagebilder/Cybercrime/cybercrime2010,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/cybercrime2010.pdf (Stand: 17.08.2011).

³³³ Das Unternehmen Google Inc. hat beinahe alle Straßen mit Transportfahrzeugen kartographisch fotografiert und in seinem Kartendienst auch im Internet abgebildet und öffentlich zugänglich gemacht. Auf diese Weise ist ein virtueller Rundgang mit Bildern der realen Umgebung möglich.

³³⁴ Hierzu berichtet ausführlicher die Pressmeldung vom 15. Mai 2011 des Konzerns, aus der auch hervorgeht, dass solche Angriffe vermehrt auftreten. Vgl. Sony Corporation: <http://www.sony.net/SonyInfo/News/Press/201105/11-0515E/index.html> (Stand: 26.03.2012).

³³⁵ Schmidt: Verbraucherschutz im Internet - Wie viel Vertrauen ist gerechtfertigt? S. 3. In: Verbraucherzentrale Bundesverband (Hrsg.). Berlin 2005. http://www.vzbv.de/mediapics/dossier_internet_08_03_2005.pdf (Stand: 17.08.2011).

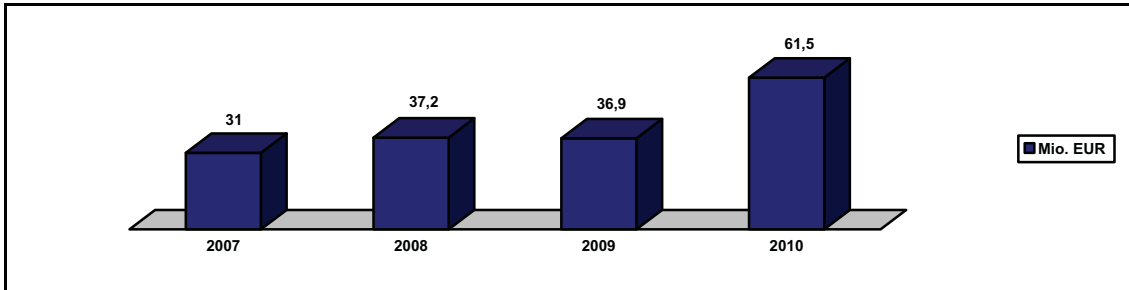


Abbildung 2: Schäden durch Cybercrime von 2007-2010 (in Mio. EUR)

Quelle: Daten des Bundeskriminalamt; S. 7:

http://www.bka.de/nm_224082/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/JahresberichteUndLagebilder/Cybercrime/cybercrime2010,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/cybercrime2010.pdf
(Stand: 17.08.2011) (eigene Darstellung).

Aktuelle Studien wie Connected Worlds³³⁶ belegen aber auch weiterhin eine zunehmende Verschmelzung des Internets mit dem Alltag der Gesellschaft. Für 58 % der Deutschen im Alter zwischen 14-64 Jahre ist ein Leben ohne Internet dennoch undenkbar. Und 71 % der Befragten bis 29 Jahre halten das Web für das wichtigste Medium, wobei Informationen und Inhalte interessanter Weise vornehmlich über Online-Portale bereits etablierter Medien konsumiert werden.³³⁷

Private Netzwerke, unterhaltsame Videoportale und Wissensvermittlung sind die Kernanwendungen der Web 2.0-Nutzer, wie die nachfolgende Tabelle 3 zeigt. Dank moderner technischer Innovationen können die Lebenswelten der medialen Kommunikationsform zunehmend zusammenfallen. Smartphones sind längst Multimedia-Zentralen, deren Funktionen bei unter 30jährigen auch in voller Bandbreite genutzt werden. Hier sind vor allem die Zusatzfunktionen wie Wecker, Musikplayer, Terminplaner oder andere Applikationen (kurz: Apps) der Grund für eine omnimediale Interaktion. Über diese Multimediageräte ist die dauerhafte Erreichbarkeit ein „muss“ für die omnimediale Gesellschaftsausprägung geworden.

³³⁶ Auftraggeber der Studie: BITKOM - Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. Umfrageinstitut: ARIS Umfrageforschung Markt-, Media- und Sozialforschungsgesellschaft mbH. Befragt wurden 1001 deutschsprachige Personen ab 14 Jahren in Privathaushalten. Erhebungszeitraum 27. Januar bis 9. Februar 2010.

³³⁷ Vgl. BITKOM-Studie: Connected Worlds.
http://www.bitkom.org/files/documents/bitkom_connected_worlds_extranet.pdf (Stand: 20.05.2012).

Nutzungsfrequenz von Web 2.0-Angeboten nach Angebotsformen 2011										
Angaben in Prozent										
	gelegentlich (zumindest selten)					regelmäßig (zumindest wöchentlich)				
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011
Wikipedia	47	60	65	73	70	20	25	28	31	29
Videoportale (z. B. YouTube)	34	51	52	58	58	14	21	26	30	31
Private Netzwerke und Communities	15	25	34	39	42	6	18*	24*	34*	35**
Fotosammlungen, Communities	15	23	25	19	18	2	4	7	2	3
Berufliche Netzwerke und Communities	10	6	9	7	6	4	2*	5*	5*	3
Weblogs	11	6	8	7	7	3	2	3	2	1
Lesezeichensammlungen	3	3	4	2	-		1	2	1	-
Virtuelle Spielwelten	3	5	-	-	-	2	2	-	-	-
Twitter	-	-	-	3	3	-	-	-	1	-

Tabelle 3: Web 2.0: Gelegentliche und regelmäßige Nutzung 2007 bis 2011

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=307> (Stand: 17.08.2011). Angaben aus der Abbildung: * Netzwerke aufgerufen mit eigenem Profil; ** Meist genutztes Netzwerk; (eigene Darstellung).

Auch bereits 71 Prozent der Handybesitzer sind ständig erreichbar. Junge Nutzer legen mit 82 Prozent Zustimmung besonders viel Wert auf eine permanente Erreichbarkeit.³³⁸ Es bestehen fast 6 Milliarden Handy-Anschlüsse weltweit³³⁹ bei derzeit rund 7 Milliarden Menschen Weltbevölkerung³⁴⁰ ca. 86 Prozent Abdeckung bedeutet. Und die Vernetzung geht weiter: vier von fünf Handybesitzern haben inzwischen die Möglichkeit, mit ihrem Handy das mobile Internet zu nutzen.³⁴¹ Ende 2011 hatte bereits weltweit 105 Länder mehr Mobiltelefone als Einwohner.³⁴²

Berufs- und Privatleben verschmelzen zunehmend zu einer einzigen Lebenswelt. Die Mobilisierung von Kommunikationsmöglichkeiten durch und in Medien macht bei fast

³³⁸ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 7.

³³⁹ International Telecommunication Union (ITU): Statistical Highlights 2012. http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/pdf/2011%20Statistical%20highlights_June_2012.pdf (Stand: 08.09.2012).

³⁴⁰ United Nations: Press Conference on 2009 Revision of World Urbanization Prospects. http://www.un.org/News/briefings/docs/2010/100325_DESA.doc.htm (Stand 25.03.2012).

³⁴¹ Siehe hierzu die Studie der Online Publishers Association. In: Funkschau. <http://www.funkschau.de/news/index.php?mode=shownews&NewsID=957> (Stand 17.08.2011).

³⁴² Vgl. ITU, Statistical Highlights 2012.

85 % aller Befragten eine kontinuierliche Erreichbarkeit für Vorgesetzte, Kunden, Kollegen, Verwandte und Freunde möglich.³⁴³ Diese Wende hin zur Omnimedialität im global vernetzten Kommunikationssystem wird als Informationsvorsprung empfunden und ebnet den Weg für eine weitere Verschmelzung: Bereits 23 % würden sich laut Studie für bestimmte Vorteile einen Chip in den eigenen Körper implantieren lassen.³⁴⁴

Knapp ein Drittel (35 %) der Berufstätigen nutzt sein Handy gleichermaßen für Beruf und Freizeit.³⁴⁵ Nur jeder Zwölfte der Berufstätigen hat überhaupt ein separates Diensthandy. Doch auch hier zeigt sich eine dauerhafte Erreichbarkeit: 88 Prozent sind auch außerhalb des Jobs per Handy oder E-Mail für jedermann erreichbar. Die Verschmelzung der Nutzungssituationen gilt für alle technischen Medien gleichermaßen: Jeder zweite Berufstätige nutzt auch am Arbeitsplatz das Internet für private Zwecke. Eine klare Grenzziehung zwischen privater und beruflicher Internetnutzung verschwimmt also zunehmend. 42 Prozent der Befragten sehen sogar gar keine Grenze mehr zwischen den beiden Bereichen. Ein Großteil ist sich allerdings nicht sicher, ob das nun als Vor- oder Nachteil zu bewerten ist, so das Fazit der BITKOM-Studie „Netzgesellschaft“ von 2011.³⁴⁶

Die steigende Bereitschaft einer Synthese virtueller und realer Welt zeugt von der positiven Grundstimmung des omnimedialen Entwicklungsprozesses, sich verändernden Lebensbedingungen anzupassen, die Teil eines globalen Systems sind.³⁴⁷ Dies liegt sicherlich auch an der überwiegend positiven Erfahrung, die im und mit dem Internet gemacht wird. Die Vorteile der Internetnutzung erstrecken sich schließlich gleichermaßen auf Privat- wie Berufsleben. Vor allem die Pflege sozialer Kontakte und Freundschaften bietet einen großen Anreiz:

Am häufigsten geben Internetnutzer an, dass sie durch das Internet Freundschaften pflegen können (67 Prozent). Dieser Aussage stimmen Männer mit 70 Prozent etwas häufiger zu als Frauen (65 Prozent), ebenso junge Nutzer unter 30 Jahren (71 Prozent) und ältere Nutzer über 65 Jahren (74 Prozent) häufiger als Nutzer aus den mittleren Altersgruppen.³⁴⁸

³⁴³ BITKOM-Studie: Connected Worlds, S. 2.

³⁴⁴ Ebd., S. 2.

³⁴⁵ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 7.

³⁴⁶ Ebd., S. 18.

³⁴⁷ Inwieweit die strukturellen Voraussetzungen auf globaler Ebene bereits erfolgt sind, wird im Diskurs zum Digital Divide durchaus strittig behandelt. Hier sind vor allem Entwicklungsländer deutlich stärker von einer omnimedialen Entwicklungsstufe entfernt, als es für westliche Industrienationen der Fall ist, für die eine omnimediale Gesellschaftsstruktur auch infrastrukturell realisierbar ist.

³⁴⁸ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 18.

Neben den sozialen Vorteilen dient das Internet auch als eine Quelle für die Verbesserung der Allgemeinbildung, als Kompendium für das Berufsleben und als Vergleichsplattform von Preisen für Einkäufe und Beschaffungsprozesse.³⁴⁹ Weitere positive Erfahrungen machen Nutzer für die Bereiche Freizeit, Hobby, berufliche Kontakte, Neukundengewinnung, neue Freunde kennen lernen, neue Lebenspartner oder erotische Bekanntschaften. Es bietet für private und berufliche Aspekte eine Fülle an Vorteilen, die ggf. negative Erfahrungen wie Betrug, sexuelle Belästigung oder Mobbing meist in den Hintergrund treten lassen.³⁵⁰

Solche Online-Studien zeigen, dass das Internet als Informationsquelle immer wichtiger wird.³⁵¹ Noch liegen in aktuellen Umfragen klassische Medien wie TV leicht vorne, doch bereits jeder zweite informiert sich auch im Internet.³⁵² Hier sind Webseiten von TV- und Radiosendern sowie von Zeitungen und Zeitschriften besonders beliebt. Etwa die Hälfte der Nutzer greift zur Informationsbeschaffung bereits auf deren Internetseiten zurück. Vor allem bei den sogenannten Digital-Natives hat das Internet klassische Mediensysteme wie Zeitungen und Zeitschriften als Informationsquelle abgelöst.³⁵³ Dabei nimmt die alltägliche Fülle an Nachrichten und Informationen in Communities stetig zu. Die Folge: Mehr als jeder zweite Deutsche empfindet es belastend, ständig mit Informationen überflutet zu werden. Besonders stark fühlen sich hiervon ältere Menschen betroffen. Jüngere nehmen die Informationsflut im Vergleich zu Älteren als nicht allzu großes Problem wahr. Drei Viertel richten sich aber dennoch ganz bewusst Kommunikationspausen ein, um in ihrer Freizeit auch richtig abschalten zu können. Rund die Hälfte legt häufig bis gelegentlich internetfreie Zeiträume ein. Auch das Handy wird nachts

³⁴⁹ Vgl. BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 18.

³⁵⁰ Vgl. ebd., S. 21.

³⁵¹ Vgl. ebd., S. 7.

³⁵² Ebd., S. 7.

³⁵³ Gemeint ist mit Digital-Natives die Generation ab ca. 1980, die mit dem von Medien durchdrungenen Alltag bereits aufgewachsen ist und daher bereits medial sozialisiert ist. Vgl. Palfrey, John/Gasser, Urs: Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben – Was sie denken – Wie sie arbeiten. München 2008; Prensky, Marc: Digital Natives, Digital Immigrants. In: On The Horizon, MCB University Press, Ausgabe 9, Heft 5 (2001). <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Stand: 11.07.2012).

oder im Urlaub von rund 40 % verbannt oder zumindest stumm geschaltet. Trotzdem haben immerhin noch rund 19 % das Handy weiterhin eingeschaltet.³⁵⁴

Auch Zukunfts- und Trendforscher haben erkannt, dass Kommunikation schon länger nicht mehr nur an ein Medium gebunden ist.³⁵⁵ Die festgestellte Verschmelzung aller Medien hin zu einer omnimedialen Kommunikationsmentalität lässt sich daher in der Industrie wie in der empirischen Wissenschaft gleichermaßen feststellen. In einer Studie von Microsoft werden 6 Thesen formuliert, bei der vor allem die beiden letzten auch die Thesen der vorliegenden Arbeit mit Belegen aus jüngster Zeit unterstützen:

These 5: „Meine Identität wird mobil“: In einer immer mobiler werdenden Welt wollen die Befragten der Studie alle Informationen synchron auf jedem Gerät. Ihre virtuelle, digitale Identität soll in einem umfassenden Kommunikations-Medium überall dabei sein. Auch systemübergreifende Synchronisation muss reibungslos funktionieren.

These 6: „Ich kommuniziere, also bin ich“: Menschen möchten durch Kommunikation ihre Identität aufbauen. Das Motto lautet: „Ich bin, was ich kommuniziere“. Gewünscht ist ein Coaching bei der Entwicklung eines eigenen Stils, ein sich evolutionär anpassendes Kurzprofil und ein individualisierter Auftritt mit Avatar oder Profilbild. Kurz gesagt: Eine Eingabemöglichkeit mit persönlicher Note.³⁵⁶

Es lässt sich feststellen: Die Schnittmenge von unternehmerischen Denken in globalen Ressourcen trifft auf persönliche Lebensbereiche und Bedürfnisse der gesellschaftlichen Individuen. Vor allem bei hoch profitablen Unternehmen lässt sich ein verstärktes Engagement in der Vernetzung mit Märkten, Politik und Gesellschaft ausmachen. Zahlreiche Kooperationen mit branchenfremden Unternehmen, synergetischen Zusammenschlüssen mit Wettbewerbern, Partnern und Verbänden, sowie wissenschaftlichen Einrichtungen und Beratungsformen sind struktureller Bestandteil der modernen Unternehmensphilosophie. Die Verbindungen innerhalb von Netzwerken steigern den Erfolg von Produkt- und Prozessinnovationen messbar.³⁵⁷ Die persönliche Fähigkeit des Einzelnen sich aktiv in solche Netzwerke³⁵⁸ einzubringen und dort seine eigenen Fähigkei-

³⁵⁴ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 7.

³⁵⁵ Microsoft: Blick in der Zukunft der Kommunikation. <http://www.microsoft.com/germany/newsroom/pressemitteilung.msp?id=533589> (Stand:18.07.2012).

³⁵⁶ Ebd.

³⁵⁷ Siehe hierzu Gemunden, Hans Georg: Management of Innovation III: Strategies and Structures, Chapter 6: Innovation and Cooperation, 6.1 Networks. Berlin 2001.

³⁵⁸ Gemeint sind hier mit Netzwerken nicht nur social communities, sondern verschiedene Verbindungen, die für Privat- und Berufsleben jene Vorteile bieten, die ohne die Nutzung von Netzwerken nicht vorhanden wären.

ten effizient zu nutzen wird damit in Zukunft noch stärker zu einer der Schlüsselqualifikationen für alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens.³⁵⁹

Genutzte Onlineinhalte 2004 bis 2011 <i>häufig/gelegentlich genutzt (Angaben in Prozent)</i>								
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
aktuelle Nachrichten (Geschehen in Deutschland, Ausland)	46	47	45	46	52	59	58	61
aktuelle Serviceinformationen (Wetter, Verkehr)	38	43	37	42	47	47	51	46
Freizeitinformationen/Veranstaltungstipps	42	44	40	45	50	43	49	44
Informationen aus Wissenschaft, Forschung, Bildung	44	44	42	46	44	45	48	39
aktuelle Regionalmeldungen/-informationen	39	42	38	36	40	47	45	45
Informationen aus dem Kulturbereich	31	33	36	35	34	35	37	33
Sportinformationen	31	29	29	32	34	37	36	31
Verbraucher- und Ratgeberinformationen	35	34	31	38	37	37	33	31
Unterhaltung, Comedy, Bunter, Boulevard und Promis	-	-	-	-	-	-	22	17
Unterhaltung, Comedy, Bunter ¹⁾	10	10	7	30	25	25	-	-
Boulevard und Promis ²⁾	8	10	10	11	14	17	-	-
Angebote für Kinder und Jugendliche	-	-	-	-	-	-	20	20
Angebote für Kinder	15	13	12	16	15	16	-	-
Angebote für Jugendliche	18	15	15	17	16	15	-	-
Informationen für Beruf bzw. Ausbildung	-	-	-	-	-	-	51	45
Informationen zu Wirtschaft und Börse	26	24	21	25	24	32	26	26

Tabelle 4: Genutzte Onlineinhalte 2004 bis 2011

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2004-2011. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=onlinenutzungsinhalt0> (Stand: 17.08.2011). (Eigene Darstellung).

Wie in Tabelle 4 ersichtlich, machen derzeit Nachrichten, Dienstleistungen wie Wettervorhersagen und Informationen über den Beruf die wesentlichen Schwerpunkte der inhaltlichen Mediennutzung über das Internet aus. Neueste Studien des Hans-Bredow-Institutes weisen das Fernsehen als Nachrichtenquelle nach wie vor als das meistgenutz-

³⁵⁹ Vgl. die Grundsatzstudie des Hessisches Sozialministeriums. Hessisches Sozialministerium: Netzwerkkompetenz (Praxisstudie 2001). Marburg 2001.

te Medium aus.³⁶⁰ Doch auch hier zeigen sich Tendenzen einer Umverteilung der bisherigen Gewichtung: „Ein Großteil der Bevölkerung weist einigen Online-Angeboten mindestens ebenso großes Gewicht für ihr Informationsverhalten zu wie klassischen Angeboten.“³⁶¹ Hasebrink/Schmidt stellen in der Studie fest, dass ihre Erkenntnisse darauf hinweisen,

dass alle Informationsangebote – auch das Fernsehen – in einem bestimmten medialen Kontext genutzt werden, als Bestandteil medienübergreifender Repertoires. [...] Zwar gibt es Nutzer, die sich offenbar vorrangig einer bestimmten Mediengattung zuwenden; in der Mehrheit aber scheinen sich die Nutzer bei der Komposition ihrer Informationsrepertoires medienübergreifend an anderen Kriterien zu orientieren, seien dies bestimmte Ansprüche an das journalistische Profil, bestimmte Themen oder bestimmte Darstellungsformen wie vertiefende Informationsbeiträge oder Infotainment.³⁶²

Eines lässt sich jetzt schon aus solchen Entwicklungen ablesen: Ein kompetenter Umgang mit neuen Medien, insbesondere aber dem Internet, kann das Leben des Einzelnen erleichtern und bereichern.³⁶³ Damit unterliegen nicht nur Privatpersonen, sondern auch Unternehmen dem zeitgemäßen Wandlungsdruck hin zur omnimedialen Gesellschaftskommunikation. Dies kann als eindeutiges Zeichen der globalen Veränderung zur omnimedialen Gesellschaft durch digitale Vernetzung und mediale Synthese gewertet werden.

Die lebensweltliche Synthese bringt aber nicht alle Faktoren zusammen. Beispielsweise werden einzelne Produktionsfaktoren durch die fortschreitende Globalisierung zunehmend voneinander isoliert.³⁶⁴ Die Zersplitterung und Verteilung von Prozessen in globale Fragmente ist lukrativ für Unternehmen. Hierunter sind vor allem Produkte wie Güter und Dienstleistungen zu verstehen, die als Grundlage für die Produktion und Erstellung von anderen Gütern und Diensten benötigt werden.³⁶⁵ Mit der zunehmenden Globalisierung sind diese volkswirtschaftlichen Elementarfaktoren (Arbeit, Rohmaterial, Boden,

³⁶⁰ Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik: Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung. Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens „Erfassung und Darstellung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland“. In: Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, Nr. 24, Juni 2012. Hamburg 2012. http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/657 (Stand: 13.08.2012).

³⁶¹ Ebd., S. 71.

³⁶² Ebd., S. 71.

³⁶³ BMWI: Digitale Gesellschaft. Vgl. <http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Technologie-und-Innovation/Digitale-Welt/digitale-gesellschaft.html> (Stand: 20.02.2011)

³⁶⁴ Vgl. hierzu auch: Müller von Blumencron, Mathias/Pauly, Christoph: Kapitalismus ohne Gesicht. In: Der Spiegel, Nr. 7, 15. Februar 1999, S. 84-90.

³⁶⁵ Vgl. hierzu u. a. Varian, Hal R.: Grundzüge der Mikroökonomie. München, Wien 1995, S. 293f.

Kapital etc.) nicht mehr wie früher zwangsläufig an lokale Standorte gebunden. Die Mobilität von Waren, Gütern, Kapital und Arbeit etabliert sich als Prinzip mobil agierender Gesellschaftsstrukturen. Dies kann als ein weiteres Indiz für Herausbildung einer omnimedialen Gesellschaftsstruktur gewertet werden.

Mit dieser neuen Selbstdefinition von *Arbeit* als Grundwerte sozialer Strukturen wird die Arbeitslosigkeit vor allem in omnimedialen Gesellschaft noch radikaler thematisiert. Mit dem Verlust des Arbeitsplatzes – selbst bei größtmöglicher Flexibilität und Mobilität – geht dann auch ein Identitäts- und Statusverlust einher, der eine rasche Ausgrenzung und Abschiebung in Randbereiche der Gesellschaft zur Folge hat. Verliert man den Anschluss und damit die aktive Teilhabe am medialen Gesamtprozess, wird man schnell als sozialer Außenseiter betrachtet. Vor allem monetäre Sicherheit, aktive Kommunikation und engmaschige Vernetzung bestimmen zunehmend den sozialen Status innerhalb omnimedialer Gesellschaften.

Eine solche Entwicklung wird gestützt durch die rasant fortschreitende Internetisierung mit omnimedialer Individualpräsenz und man kann zusammenfassen, dass digitale Medien elementare sozialisatorische Faktoren der omnimedialen Gesellschaft sind. Selbst wenn Beweggründe dem Einzelnen unbewusst erscheinen und sich Motive und Entscheidungen zur Mediennutzung auf den ersten Blick nicht empirisch begründen lassen, so prägen sie dennoch auf soziologischer Ebene maßgeblich unsere Persönlichkeitsentwicklung – und das bereits von Geburt an.

Unsere überwiegend positive Aufgeschlossenheit gegenüber omnimedialen Globalisierungsprozessen zwingt uns auf unausweichliche Weise selbst einen Teil zur Veränderung der Lebenswelt beizutragen und am Mediensystem aktiv teilzunehmen. Eine Trennung von privater oder beruflicher medialer Lebenswelt wird zugunsten einer Omnimedialität aufgehoben. Neben kleineren Störungen dieser Tendenzen, wie negative Erfahrungen im Internet, werden vom Großteil der Gesellschaft die Vorteile und Verbesserungen der medialen Durchdringung analoger und digitaler Welten für die eigene Existenz und Identität befürwortet. Einer weiteren Verschmelzung von Körper, Technik und Virtualität steht damit nichts mehr im Wege.

3.2.2. Omnimediales Kultursystem

Kann der Fortschritt einer Kultur mit den technischen Erfindungen wie Film, Fernsehen, Radio und Computer nur noch an den sozialen Institutionen Schule, Staat und Familie abgeleitet werden? Die Antwort lautet eindeutig Nein. Mit fortschreitender Technisierung verändert sich die kulturelle Prägung einer Gesellschaft in zunehmend kürzeren Abständen. Kulturen lassen sich als mediales System wie ein Muster (oder Code) verstehen, in denen bestimmte Erinnerungen überliefert, wach gehalten und weitergeführt, andere vernachlässigt, vergessen oder verdrängt werden.³⁶⁶ Dementsprechend können Kulturen auch im Umgang mit Erinnerung analysiert werden. Im nachfolgenden Abschnitt wird der Blick auf das durch omnimediale Kommunikation organisierte Kultursystem geworfen, um herauszustellen, wie die wesentlichen Bereiche des gesellschaftlichen Lebens omnimedial strukturiert werden.

Kulturen lassen sich in der Form der Weitergabe kultureller Erinnerung klassifizieren. Der Fachbegriff dieser Form der Wissensweitergabe lautet entsprechend auch *Erinnerungskultur*. Er stammt ursprünglich aus der Kulturwissenschaft und hat sich inzwischen zu einem Schlüsselbegriff der politischen und kulturellen Diskussionen um die Funktion von kulturellen Mustern der Erinnerung entwickelt.³⁶⁷ Bedeutung erlangte er durch die Auffassung, dass mit Gedächtnis und Erinnerung im Umgang mit Geschichte und Vergangenheit die Ausbildung einer Identität im kollektiven Rahmen entscheidend geprägt wird. Erinnerungskulturen stellen persönliche und biographische Bereiche, wie auch den Zusammenhang kollektiven Bewusstseins, als mehr oder weniger reflektierten Umgang der Gesellschaft mit Geschehnissen der Vergangenheit heraus. Der Fokus wird deshalb auf den Konstruktionscharakter jeder Art von Bezugnahme auf vergangene Erfahrungen (Erinnerungen) im Hinblick für die Gegenwart und Zukunft gerichtet.

Eine Unterscheidung in „kalte“ und „heiße“ Gesellschaften³⁶⁸ schlägt Claude Lévi-Strauss vor. Heiße Gesellschaften orientieren sich in Bezug zu ihrer Vergangenheit und ziehen daraus eine Dynamik, die eine Ausgestaltung ihrer Zukunft erst ermöglicht. Sie gedenken ihrer Vergangenheit, um ihre eigene Geschichte zu kennen und neue Ge-

³⁶⁶ Vgl. den Artikel „Erinnerungskultur“ der Brockhaus Enzyklopädie. Online-Ausgabe: www.brockhaus.de. (Stand: 15.10.2011).

³⁶⁷ Vgl. ebd.

³⁶⁸ Vgl. Lévi-Strauss: Das wilde Denken, S. 309.

schichten zu schreiben. Sie leben durch ihre Erinnerung in permanenter und allgegenwärtiger kultureller Geschichtserinnerung. Kalte Gesellschaften lassen ihre Geschichte außen vor. Man kann auch sagen, dass sie es geradezu vermeiden, überhaupt Geschichte zu haben. Mittels Institutionen werden die Auswirkungen zu minimieren versucht, die vorgeschichtliche Faktoren auf ihr aktuelles Gleichgewicht und ihre aktuelle Kontinuität haben könnten. Sie versuchen auf diese Weise jegliche Einwirkungen auf ihre gelebte Struktur zu verhindern.

Modernere Kulturen geben Erinnerungen über das Schriftsystem weiter. Schriftliche Texte entstehen immer dort, wo das Gedächtnis als Speichermedium mündlicher Überlieferung insuffizient wird. Die Erfindung der Schrift wird aus diesem Grund als *die* Medienrevolution überhaupt angesehen.³⁶⁹ Erst mit Schrift wird es möglich, Medien als Gegenstand zu konstituieren.³⁷⁰ Dennoch darf Schrift nicht nur als reines Speichermedium definiert werden, da ansonsten die medialen Facetten von Schrift verloren gehen würden.³⁷¹

Textorientierte Kulturen stellen eine schriftfixierte Form von Erinnerungskulturen dar. In der heutigen Forschung konzentriert sich das Interesse deshalb vor allem auf das Verhältnis von „Sprache und Gedächtnis, auf Mündlichkeit bzw. Schriftlichkeit und Gedächtnis, auf Erzählstruktur und Gedächtnis, sowie auf Identität und Gedächtnis.“³⁷² Dabei wird die begriffliche Ausdifferenzierung von *Gedächtnis* und *Erinnerung* ebenso berücksichtigt, wie die Formen ihrer Auswirkung. Hier reicht das Forschungsinteresse von psycholinguistischen Fragestellungen zum *Kurz- und Langzeitgedächtnis*, von der soziologischen Form des *kollektiven Gedächtnisses* bis hin zu den mannigfaltigen Möglichkeiten des bildlich oder schriftlich codierten *kulturellen Gedächtnisses*.³⁷³ Besonders Aleida und Jan Assmann haben den Begriff des *kulturellen Gedächtnisses* geprägt.

³⁶⁹ Vgl. Hörisch: Eine Geschichte der Medien, S. 90.

³⁷⁰ Dies gilt insbesondere für Sprache, die einer zwingenden Verschriftlichung unterliegt, um überhaupt rekonstruierbar zu sein. Vgl. Hiebel u. a.: Die Medien, S. 35.

³⁷¹ Siehe hierzu auch Assmann, Jan: Im Schatten junger Medienblüte. Ägypten und die Materialität des Zeichens. In: Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität der Kommunikation, Frankfurt a. M. 1988, S. 141-160.

³⁷² Vgl. Metzler Lexikon: Literatur- und Kulturtheorie, S. 149.

³⁷³ Siehe hierzu Assmann, Jan: Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. München 2000.

Schrift war schon sehr früh ein besonders wichtiges Medium der kulturellen Botschaft. Dies lässt sich bis ins Altertum rückverfolgen. Im 1. Jahrtausend v. Chr. entwickelten sich weltweit *Erinnerungskulturen*, die sich an den glorreichen Zeiten vergangener Tage orientierten. Dabei war es eher eine elitäre Beschäftigung, sich der schriftlichen Fixierung der Vergangenheit zu erfreuen. Solche frühen Hochkulturen setzten sich bereits sehr intensiv mit der kulturellen Gleichzeitigkeit auseinander, um den aktuellen Bezug zu einer Jahrtausende zurückliegenden Gegenwart herzustellen.³⁷⁴ Schrift entwickelte sich zunächst als reines „Speichermedium von Sprache“, ging aber über den eigentlich benötigten Zweck weit hinaus. Die Leidenschaft und Notwendigkeit zur Archivierung von schriftlich fixierter Sprache zeigt sich im Ausmaß der archäologischen Aufzeichnungsfunde. Gleich ganze Bibliotheken füllen etwa normative Texte wie die Thora in Israel, das Totenbuch in Ägypten oder die homerischen Epen in Griechenland in ihrer schriftlich manifestierten Erinnerungsüberlieferung.

Es herrscht heute Einigkeit darüber, dass die Weitergabe des Wissens einer Kultur nicht nur jeweils in einem Medium, sondern parallel in vielen (intermedial) geschieht. Mit dem modernen Diskurs um die Intermedialität erfuhr vor allem die Literaturwissenschaft den verstärkten Druck zur Neuorientierung hin zu Und-Beziehungen. Gemeint sind hier Erscheinungsweisen des Forschungsgegenstandes wie Literatur *und* Medien, Literatur *und* Fernsehen, Literatur *und* Film, Literatur *und* neue Medien etc. Die damit zum Ausdruck gebrachte Kopplung oder gegenseitige Beeinflussung zweier ursprünglich getrennter Forschungsgegenstände zur Intermedialitätsbeziehung beider Objekte lässt sich bis zu antiken Vorbildern zurückverfolgen.³⁷⁵

Mit den Arbeiten von Paech und Schröter zur Intermedialität sind solche grundlegenden Diskussionen auch in Deutschland eröffnet worden.³⁷⁶ Wichtig beim Forschungsfeld der Intermedialität ist die Erkenntnis, dass medienübergreifende Wechselwirkungen festgestellt werden können, die ein Umdenken auch in den kulturellen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens mit sich bringen. Kulturen werden hier als Handlungssysteme von Gemeinschaften verstanden, die maßgeblich medial vermittelt werden, die wiederum

³⁷⁴ Vgl. Assmann, Jan: Religion und kulturelles Gedächtnis. München 2000, S. 42

³⁷⁵ Vgl. Müller, Jürgen E.: Intermedialität: Formen moderner kultureller Kommunikation. Münster 1996.

³⁷⁶ Siehe hier exemplarisch Paech, Joachim/Schröter, Jens (Hrsg.): Intermedialität Analog/Digital. Theorien-Methoden-Analysen. München 2008. S. 79-90.

dynamischen Prozessen und stetiger Neuordnung der Kommunikations- und Repräsentationssysteme unterliegen.³⁷⁷ Unsere heutige Kulturlandschaft ist durchzogen von Medien, die in der Öffentlichkeit ihrer Rezipienten alle Strömungen und Trends aus Kunst, Musik, Theater, Film oder anderen kulturellen Bereichen aufgreifen und mit Neuigkeiten und Nachrichten der jeweiligen Szene versorgen.

Im Mediensystem von Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet sind wir es gewöhnt, den Nachrichten und kulturellen Berichterstattungen – vor allem die lange etablierter Medien – unser vollstes Vertrauen zu schenken. Gerade weil aber eine Nachricht aus einem dieser etablierten Mediensysteme stammt, wird sie überhaupt erst zur vertrauenswürdigen Nachricht. Das heißt, dass nicht nur die Information an sich verarbeitet wird, sondern bereits mit dem Absender eine Kategorie und Einschätzung der Botschaft vorgenommen wird, die unsere Rückschlüsse und Interpretation beeinflussen. Dies bedeutet dann auch, dass wir Medien nach ihrer Seriosität, Absicht und Zielsetzung automatisch mitbewerten. Diese Form der Informationsverarbeitung zu Sinnhaftigkeit hat insbesondere für Kultur und Politik eine hohe Relevanz. Nachrichten aus politischen Medien bewerten wir anders als jene aus unabhängigen Medien. Nachrichten von Kulturinstitutionen bewerten wir wiederum anders als jene von selbsternannten Kulturkritikern. Auch die visuelle Gewichtung der Platzierung in Positionierung und Rang von Nachrichten, liefern damit einen Interpretationshorizont mit. Wir fassen dies alles in der (durchaus unbewussten) Annahme auf, dass die Botschaften/Nachrichten einer Recherche entstammen oder doch zumindest einer journalistischen Prüfung unterzogen wurden. Kurz: wir bauen auf allgemeingültige Kriterien für die Kenzeichnung von Nachrichten. Dieses gelernte Verfahren galt zumindest bisher für die öffentlichen Mediensysteme unserer Zeit.

Wie sich in jüngster Zeit vermehrt beobachten lässt, funktioniert dieser gelernte Prozess für digitale Medien nicht mehr nach den gleichen Kriterien, sondern muss anders bewertet werden. Denn statt menschlichen Redakteuren werden zunehmend programmierte Algorithmen eingesetzt, die mittels Software automatisierte Befehle befolgen und nach „Nachrichten“ im Internet suchen. Aus Kriterien wie Datum, Schlagwort, Seiten-

³⁷⁷ Vgl. Kramer, Stefan: Hypermediale Key Visuals. In: Paech, Joachim /Schröter, Jens (Hrsg.): Intermedialität analog/digital. Theorien, Modelle, Analysen. München 2008, S. 92.

aufrufen oder Fallzahlen für Fundstellen im Internet wird dann ein Nachrichtenwert ermittelt. Auf diese Weise können Häufungen und statistische Vorkommen mit entsprechender Platzierung erkannt werden und daraus dann per Software eine Nachricht generieren. Die Inhaltsalgorithmen ermöglichen es, dass das Medium selbst zum Produzenten von Nachrichten wird. Durch das reine Abarbeiten des programmierten Codes entfallen menschliche Intervention oder Bewertung. Mit derlei immanent operierenden Systemen werden Texte zu Quellen, die aus Quellen stammen, deren Texte aus weiteren Quellen stammen. usw. Die algorithmische Software spürt quantitativ messbare Quellen auf, um daraus neue Texte zu identifizieren. Nachrichten schreiben aus Texten, die Nachrichten werden, weil sie quantitative Messbarkeit besitzen, ist ein durchaus riskantes Verfahren, da ja auch die vermeintlichen Quellen im Internet vorwiegend von Systemen selbst produziert sein könnten.

Wie aktuell diese Entwicklung selbstschreibender Nachrichtensysteme ist, zeigt sich an der zunehmenden Verbreitung des softwarebasierten Journalismus. Beispielsweise im Artikel der Online-Ausgabe der Mittelstandszeitung vom 18.02.2012 findet sich die plakative Schlagzeile: „Neuer Trend: Wirtschaftsjournalisten werden von Robotern ersetzt.“³⁷⁸ Darin liest man, dass bereits seit längerem sogenannte Handelsalgorithmen den menschlichen Börsenhändler ersetzt haben. Und auch renommierte und etablierte Institutionen wie Forbes oder Hanley Wood zeigen sich dieser Entwicklung offen gegenüber bzw. setzen diese Algorithmen zum Teil schon erfolgreich ein. Die Vorteile in der Reaktionszeit computergestützter Handelsaktionen gegenüber menschlichen Börsenhändlern zeigt das folgende Szenario:

14.30 Uhr und 0 Sekunden

Das US-Arbeitsministerium verkündet die Beschäftigungszahlen für den Monat Januar

14.30 Uhr und 1 Sekunde

Die Handelsalgorithmen schlagen zu. Berücksichtigt man dabei die Zeit, die die Order für den Weg zum elektronischen Handelsraum braucht, dann kann man davon ausgehen, dass hier nur Profis mit einer direkten Standleitung zum Zug gekommen sind. Der DAX legte innerhalb einer Sekunde 16,68 Punkte zu.

14.30 Uhr und 2 Sekunden

Der DAX springt auf den höchsten Stand seit August. Das Plus beträgt nun bereits 27,42 Punkte.

14.30 Uhr und 3 Sekunden

Während normale Menschen nun langsam die Finger an die Maus geführt haben, erweitert der DAX das Plus auf 38,98 Punkte.

14.30 Uhr und 4 Sekunden

Während der Mensch nun die neuen Beschäftigungszahlen gelesen hat, katapultieren die Trading-

³⁷⁸ <http://www.deutsche-mittelstands-nachrichten.de/2012/02/38431/> (Stand: 22.02.2012).

Roboter den Markt auf 6.710,03 Punkte. Das Plus beträgt jetzt 50,48 Zähler – wohlgermerkt in 4 Sekunden.

14.30 Uhr und 10 Sekunden

Der DAX erreicht ein Zwischen-Hoch bei 6.730,07 Punkten, nachdem der Index nun innerhalb von 10 Sekunden 70,52 Zähler gewonnen hat. Nun folgen alle die schnell sein wollen, aber eigentlich schon zu spät sind und mit der Technik nicht mithalten können.³⁷⁹

Das Unternehmen Narrative Science hat die Software zusammen mit der Northwestern University in Chicago entwickelt und setzt diese bereits erfolgreich für die automatisierte Erstellung auch von Sportartikeln oder Finanznachrichten ein. Die Software erstellt aber je nach Dateninput auch problemlos andere journalistischen Texte. Sogar die linguistische und sprachliche Qualität der Texte braucht den menschlichen Vergleich keinesfalls zu scheuen, wie in einem Artikel der New York Times zu lesen ist.³⁸⁰ Dort findet sich auch folgendes ehrgeiziges Zitat von Kris Hammond, dem Journalisten, Computerwissenschaftler und Erfinder der Software: „In five years, a computer program will win a Pulitzer Prize — and I’ll be damned if it’s not our technology.”³⁸¹

Auch wenn sich diese äußerst ambitionierte Prognose nicht ohne kritische Hinterfragung hinnehmen lässt, so wird doch klar, mit welchem optimistischen Enthusiasmus manche Programmierer die nahe Zukunft sehen. Selbst wenn nur ein kleiner Teil dessen weiter ausgebaut wird, was bereits heute einsatzfähig verprobt wird, so ist klar: Der Einfluss auf das System des Journalismus ist immens. Neben einer Umwälzung des Berufsbildes verändert dies nämlich auch kulturelle Sichtweisen, öffentliche Meinungen, politische Entscheidungsgrundlagen und zahlreiche andere Bereiche, die bisher auf investigativen Journalismus angewiesen waren.

Immer wieder ist der Ausgangspunkt technischer Entwicklungen eine kulturell geprägte Vision auf die Gesellschaft – und eben nicht eine bloße technische Notwendigkeit. Eigene Recherchen von Journalisten sind teuer, zeitintensiv und bringen möglicherweise nicht den gewünschten Erfolg. Um dies zu umgehen, nutzen Medien andere Mediensysteme wie Nachrichtenagenturen, Presseorgane, Werbe- oder PR-Abteilungen sowie das Internet zur Generierung ihrer Meldungen. Dabei besteht das gesteigerte Risiko, statt objektiv zu reflektieren, einfach zu kopieren oder Falschmeldungen weiterzuentwickeln.

³⁷⁹ <http://www.deutsche-mittelstands-nachrichten.de/2012/02/38431/> (Stand: 22.02.2012).

³⁸⁰ New York Times. <http://www.nytimes.com/2011/09/11/business/computer-generated-articles-are-gaining-traction.html?pagewanted=all> (Stand: 22.02.2012).

³⁸¹ Ebd.

Das System produziert [...] Informationen aus Informationen, indem es Berichtskontexte erzeugt, in denen längst abgelegte, vergessene Neuigkeiten wieder Informationswert gewinnen.³⁸²

Dirk Siefkes zeigt die wechselseitige Beeinflussung von Kultur, Medien und Technik in seinem Buch „Sozialgeschichte der Informatik – kulturelle Praktiken und Orientierungen.“³⁸³ Mit seinen Überlegungen kommt man schnell in das Gebiet einer Medienpädagogik, die sich vor allem der Situation um bildungsrelevante Fragestellungen bemüht. „Die Frage, wie Medien zur Bildung beitragen können, hängt eng zusammen mit der Frage, wie Bildung zur Bewältigung der Medien- und Wissensgesellschaft beitragen kann“³⁸⁴ Und auch das deutsche Bundesministerium für Bildung und Forschung reagiert auf die zunehmend digital geprägte Kultur und hat eine Experten-Kommission ins Leben gerufen, die sich mit eben jenen erforderlichen Kompetenzen beschäftigt, die es bedarf, um künftig mit Medien im Bildungssystem umzugehen.³⁸⁵

Es hat sich ein Wandel sozialwissenschaftlicher Kulturkonzepte vollzogen, der die Aufmerksamkeit neuerer Forschung auf sich gezogen hat. Hierzu zählt auch die allgemeine Ausdehnung des Kulturbegriffs, die eine kulturtheoretische Aufwertung von Individuen, Gruppen oder Gattungen mit sich bringt. Dabei richtet sich die zentrale Fragestellung nach der gestiegenen Bedeutung neuer kultureller Gemeinschaften oder Gruppen – oder allgemeiner eben der Kulturszenen.

Das Erfolgskonzept der Kulturwissenschaft scheint sich in hohem Maße auf Herders Verständnis von Kultur zurückführen zu lassen. Seine Definitionen und Theorien zur Kultur bilden für die Kulturanthropologie im frühen 20. Jahrhundert eine geeignete theoretische Basis. Herder vertritt schon früh einen kulturellen Relativismus. Er ist der Auffassung, dass jeder Kultur ihr Eigenwert zuerkannt werden muss und jedwede gewaltsame Integration oder Unterdrückung anderer Kulturen abzulehnen ist.³⁸⁶ Moderne Kulturkonzepte befassen sich daher vor allem mit den Alltagspraktiken, sozialen Bezie-

³⁸² Luhmann: Realität der Massenmedien, S. 73.

³⁸³ Siefkes, Dirk/Eulenhöfer, Peter/Stach, Heike/Städtler, Klaus (Hrsg.): Sozialgeschichte der Informatik: kulturelle Praktiken und Orientierungen. Wiesbaden 1998.

³⁸⁴ de Witt, Claudia/ Czerwionka, Thomas: Mediendidaktik. Bielefeld 2007, S. 35.

³⁸⁵ Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF): Bekanntmachung vom 01.09.2011-01.12.2011. <http://www.bmbf.de/foerderungen/16961.php> (Stand: 22.02.2012).

³⁸⁶ Vgl. hierzu Heinz, Marion: Kulturtheorien der Aufklärung: Herder und Kant. In: Regine Otto (Hrsg.): Nationen und Kulturen: zum 250. Geburtstag Johann Gottfried Herders. Würzburg 1996, S. 140; Grawe, Christian: Herders Kulturanthropologie. Die Philosophie der Geschichte der Menschheit im Lichte der modernen Kulturanthropologie. Bonn 1967, S. 161-167.

hungen oder Lebensgewohnheiten. Damit wird der Einfluss einer Ethnologie weiter gestärkt und philosophische Kulturbegriffe verlieren weiter an Bedeutung. Auch wenn in neueren Diskursen die Wechselwirkung von Medienentwicklungen auf Kulturentwicklung eine zentralere Rolle spielt als früher, so herrscht dennoch Uneinigkeit darüber, ob eine Kulturtheorie heute nur noch als Medienkulturtheorie zu betreiben ist. Sicherlich sind Individualisierung und Globalisierung für kulturtheoretische Überlegungen ein weiterhin ergiebiges Thema, das sich auch mit der Fragmentierung und Ausdifferenzierung in Subkulturen vertiefend zu beschäftigen vermag. Ob es zu einer globalen konvergierenden Einheitskultur, einer zunehmenden Vielfalt paralleler Kulturen oder lediglich einem vermehrten kulturellen Austausch kommen wird, gilt es noch zu klären. Eines zeichnet sich jedoch bereits ab: Kultur wird nicht länger als „Container“³⁸⁷ verstanden. Damit wird der Blick der Forschung stärker auf transnationale Zusammenhänge, globale Medienentwicklungen und interkulturelle Informationsflüsse geöffnet.³⁸⁸

Mit dem Einzug der Digitalisierung änderte sich auch die Diskussion um die Gedächtnisfunktion von Kultur. Medien sind zum kulturellen und sozialen Gedächtnis der Gesellschaft geworden, da sie neben raumzeitlichen Überbrückungsfunktionen auch die aktuelle Kommunikation sicherstellen. Sie dienen dem Austausch und fördern die Kommunikation innerhalb der Gesellschaft. Zugleich wird in und mit Medien eine Überlieferung und Archivierung gesamtgesellschaftlicher Entwicklung für nachfolgende Generationen denkbar einfach. Historische Evolutionsstufen werden auf diese Weise detailliert und umfangreich dokumentiert und jederzeit verfügbar gehalten.

Aus diesen Überlegungen lässt sich festhalten: Kulturelles Wissen wird immer gleichzeitig in allen zur Verfügung stehenden Kanälen medial weitergegeben. Kulturelle Praktiken und Handlungsweisen haben immer auch Wechselwirkungen auf das Mediensystem und gesellschaftliche Strukturen. Da diese Prozesse dynamisch ablaufen und sich immer wieder neu ordnen und definieren, sind in der Intermedialitätsforschung die

³⁸⁷ Mit dem Begriff des „Containers“ wird metaphorisch ein Kulturbegriff bezeichnet, der Kulturen als geschlossene Einheiten ansieht, die sich vor allem auf nationale Ebenen beziehen.

³⁸⁸ An dieser Stelle sei auf zwei Ansätze hingewiesen, die Medien für eine Kultur als wichtig erachten, aber dennoch kulturelle Entwicklung nicht völlig in Medienevolutionen auflösen. Stellvertretend für diese Ansicht seien Siegfried J. Schmidt und Manuel Castells genannt. Schmidt, Siegfried J.: *Kalte Faszination. Medien Kultur Wissenschaft in der Mediengesellschaft*. Weilerswist 2000; Castells, Manuel: *Die Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter*, Bd. 1. Opladen 2001.

Kommunikations- und Repräsentationssysteme³⁸⁹ ein wesentlicher Bestandteil der Theorien. Die mediale Durchdringung beeinflusst damit gleichermaßen alle kulturellen Erscheinungen und Formen und wird wiederum von der jeweiligen Kulturszene entsprechend mitgestaltet. Medien sind im digitalen Zeitalter aber mehr als nur kulturelles und soziales Gedächtnis der Gesellschaft geworden. Sie beflügeln den Austausch und halten Wissen für nachfolgende Generationen präsent. Detaillierte und umfassende Dokumentationen aus allen nur denkbaren Wirkungsbereichen werden mit und in Medien als digitale Erinnerungskultur ins Gedächtnis der Gesellschaft überliefert und virtuell lebendig gehalten. Die unterschiedlichen Mediensysteme sind entsprechend ihrer Codes daher in ihrer Medialität unterschiedlich ausgeprägt. Medien werden nach ihrer Seriosität, Absicht und Zielsetzung überprüft, da diese ebenfalls mit Verständnis und Sinnhaftigkeit unser Wirklichkeitsverständnis mitbestimmen.

Zusammenfassend konnte gezeigt werden, dass omnimediale Kommunikation das Kultursystem wie auch die soziale Lebenswelt verändert hat. Damit sind wesentliche Bereiche des gesellschaftlichen Lebens omnimedial strukturiert und die Gesellschaft wird vom digitalen Einfluss in das elementare Kultursystem omnimedial konstituiert. Wichtig ist die Beobachtung, dass gerade in jüngster Zeit die etablierten und gelernten kulturellen Bildungsprozesse an Gültigkeit weiter verlieren. Die digitalen Medien lassen sich nicht mehr mit den altbewährten Maßstäben und Kriterien bewerten. Die omnimediale Gesellschaft vermischt die tradierten Formen der Interaktion mit medialer Interaktion und entzieht damit die Grundlage bisheriger Beurteilungssysteme. Ein Beispiel hierfür sind die von Software selbst geschriebenen Nachrichten aus maschineller Recherche des Internets. Solche Nachrichten sind nicht mehr von Mensch geprüft oder mit deren Wertesystem gefiltert. Ihre Bewertung kann also nicht nach traditionellen Maßstäben erfolgen, sondern erfordert eine neue/veränderte Näherungsweise. Die Veränderungen im Mediensystem haben auch tiefgreifende Auswirkungen auf Vertrauen, Sicherheit und Stabilität des gesamten kulturellen und gesellschaftlichen Zusammenlebens.

Nicht immer sind aber reine technische Erfindungen von Medien der Auslöser kultureller Neuerungen. Oftmals lassen sich auch visionäre Vorstellungen als kultureller Ursprung für omnimedialen Erneuerungen ausmachen. Neue kulturelle Gemeinschaften

³⁸⁹ Vgl. Kramer: Hypermediale Key Visuals, S. 92.

und Szenen entwickeln sich, die sich in ihren Alltagspraktiken, sozialen Beziehungen oder Lebensgewohnheiten stark von alten Lebensstilen unterscheiden. Mit der fortschreitenden Globalisierung und der massenmedialen Individualisierung fragmentieren sich die kulturellen Gemeinsamkeiten zusehends. Eine omnimediale Kommunikationsvernetzung wirkt dabei ambivalent. Sie verbindet zunächst die omnimediale Gesellschaft mit medialer Vernetzung in allen Bereichen menschlichen Lebens durch Kommunikation. Einerseits werden damit Wahrnehmung, Denkweise und Handeln durch Omnimedialität gewandelt, andererseits wirkt sich dies auch unmittelbar auf die globale Vernetzung unterschiedlicher Kultursysteme selbst. Die Dissonanzen omnimedialer Individualisierung in Form von kulturellen Gedächtnissystemen lassen trotz ihrer zunächst augenscheinlichen Verschmelzung überhaupt erst neue kulturelle wie soziale Lebensbereiche entstehen. Dieser Beobachtung soll in den nachfolgenden Kapiteln weiter nachgegangen werden.

3.3. Digitales Gedächtnis und Erinnerungskultur

Ein Bestandteil aller Mediensysteme ist die dauerhafte Speicherung und Präsenthaltung von Wissen, politischen Ereignissen oder gesellschaftlichen Entwicklungen. Eine große Herausforderung für künftige Entwicklungen in der omnimedialen Kommunikationslandschaft wird der Umgang von und mit Datenarchiven sein, die dieses Wissen speichern und bewahren sollen. An diese Überlegungen geknüpft sind Diskurse über gesellschaftliches und kulturelles Wissen, das – theoretisch in Form einer kollektiven Archivierung aller Daten – eine digitale Kopie des kulturellen Gedächtnisses präsents hält. Hierbei übernehmen neben rein technischen Medien zur operativen Speicherung auf Datenträgern auch Subsysteme wie Nachrichten, Geschichtsschreibung oder Politik die Funktion eines gesellschaftlichen „Gedächtnisses“ zum spartenspezifischen Wissen oder tagesaktuellen Geschehen. Durch digitale Kommunikation und mediale Interaktion hat die Digitalisierung mit dem Wandel kultureller Praktiken auch die kollektive Wahrnehmung verändert. Die Veränderung wirkt sich bis in die Identitätsausbildung der Mitglieder des Kulturkreises aus. Der Umgang mit Erinnerung in der digitalisierten Kommunikation mit kulturell prägenden Ereignissen wie Krieg oder Revolution zeigt

deutlich, vor welchen neuen Herausforderungen das kulturelle Gedächtnis heute steht. Vor dem digitalen Modernismus waren es fast ausschließlich die Sieger der Auseinandersetzungen, die über Erinnerung und Gedächtnis der Geschichtsschreibung entschieden. Sie waren es, die festlegten, *welche* Version der Vergangenheit erinnert wurde – oder was vergessen und ausgelöscht werden konnte.

Was unterscheidet nun aber frühere Erinnerungskulturen gegenüber einer digitalen Erinnerungskultur? Um dieser Frage nachgehen zu bedarf es einer Abgrenzung gegenüber bisherigen Funktion- und Wirkungsweise der Erinnerungskultur. Doch zunächst einmal grundlegend: Was versteht man unter dem Begriff der *Erinnerung* und was unter *Gedächtnis*? Um die Differenz und Wirkungsweise zu verstehen, muss man zunächst auf den Ursprung der Unterscheidung blicken: Erinnerung (gr. *mneme* und *anamnesis*) und Gedächtnis (lat. *memoria* und *reminiscentia*) beinhaltet die Fähigkeit, zwischen *Erinnern* und *Vergessen* zu unterscheiden. Das Gedächtnis übernimmt die Funktion der Identitätssicherung von einzelnen Personen, Gemeinschaften oder Gesellschaften.³⁹⁰ Erinnerung hingegen ist eine imaginäre Funktion, die aus dem Gedächtnis heraus abläuft und aus verschiedenen Arealen des Gehirns aktiv durch Einbildungskraft und Phantasie zusammengesetzt wird. Erinnerung setzt sich aus verschiedenen Teilen des Gedächtnisses zusammen und wird mit dem persönlichen Erfahrungshorizont immer neu rekonstruiert. Die Unterscheidung über *vergessen* oder *erinnern* funktioniert *bewusst* oder *unbewusst*.

Das Gedächtnis wiederum ist eine im gesamten Gehirn verteilte neuronale Funktion. Man weiß über das Gedächtnis, dass es mit anatomischen Strukturen über mehrere Areale des Gehirns verteilt ist. Mit dem Einzug von Computern wurde auch die Gedächtnisforschung in ihrer Ausrichtung beeinflusst. Man nahm an, dass unser Gedächtnis im Gehirn ähnliche Verfahren anwandte wie ein Computer. Das Gedächtnis wird in diesem Verständnis als Modell von „storage und retrieval“, als *Engramm* und *Repräsentation* konzipiert. Es bildet gewissermaßen den Ort, an dem Erinnerung hinterlegt und abgerufen werden kann. Es ist medizinisch bis dato jedoch nicht gelungen, das Gedächtnis an *einem* bestimmten Ort im Gehirn zu lokalisieren. Es wird versucht die Hirnaktivitäten

³⁹⁰ Vgl. Metzler Lexikon: Kultur der Gegenwart. Themen und Theorien, Formen und Institutionen seit 1945. Ralf Schnell (Hrsg.). Stuttgart/Weimar 2000, S. 171.

der Gedächtnisareale messen, um die Bereiche zu lokalisieren, die für unsere Erinnerung zuständig sein könnten. Damit können den unterschiedlichen Hirnregionen einzelne Gedächtnisformen zugeschrieben werden.³⁹¹ Entgegen dem als Computermetaphorik ausgedrückten Verständnis von Erinnerung, konnten die Neurowissenschaften aber durch die Möglichkeiten von Computern aufzeigen, dass Erinnerungsprozesse gerade nicht dem Computermodell entsprechend ablaufen. Wenn das Gedächtnis als neuronale Funktion unsere Identität durch Erinnerung mitgestaltet, wie können wir dann aber einen freien Willen als *Ich* haben? Die Debatte um den freien Willen ist als Stichwort von Hirnforschung, Biologie und Philosophie als strittiges Thema moderner Gedächtnisforschung vielfach aufgegriffen worden. Wolf Singer sieht unser Denken aufgrund der neurologischen Prozesse als determiniert an:

Die Annahme zum Beispiel, wir seien voll verantwortlich für das, was wir tun, weil wir es ja auch hätten anders machen können, ist aus neurobiologischer Perspektive nicht haltbar. Neuronale Prozesse sind deterministisch.³⁹²

Gerhard Roth behauptet aber, es bestehe die Möglichkeit des freien Willens:

Eines der häufigsten von Philosophen, insbesondere im Zusammenhang mit der Debatte um die Willensfreiheit gegen Hirnforscher vorgebrachten Argument, ist die angebliche Vernachlässigung des fundamentalen Unterschieds zwischen Ursachen und Gründen. Hirnforscher begehen hier einen Kategorienfehler. Hirnprozesse laufen nach dieser Argumentationsweise aufgrund bestimmter Ursachen kausal ab, Menschen aber handeln aus Gründen. Anders ausgedrückt: Gehirne reagieren aus Ursachen, Menschen handeln aus Gründen. Der Mensch ist deshalb willensfrei, weil er aus Gründen und nicht aus Ursachen handelt.³⁹³

Immer wieder hat die Hirnforschung das Gehirn als neurowissenschaftliches *Ich* definiert und einen freien Willen als konstruierte Funktion determiniert. Gerhard Roth vertritt die Meinung:

Unser Ich, das wir als das unmittelbarste und konkreteste, nämlich als uns selbst, empfinden, ist [...] eine Fiktion, ein Traum des Gehirns, von dem wir, die Fiktion, der Traum nichts wissen können.³⁹⁴

³⁹¹ Vgl. hierzu Szabo, Kristina/Bäzner, Hansjörg: Auszeit für das Gedächtnis. Was uns neurologische Strukturen über die Arbeitsweise des Gehirns verraten. <http://www.uni-heidelberg.de/presse/ruca/ruca07-3/aus.html> (Stand: 03.06.2012).

³⁹² Wolf, Singer: Ein neues Menschenbild? Gespräche über Hirnforschung. Frankfurt am Main 2003, S. 20.

³⁹³ Roth, Gerhard: Worüber dürfen Hirnforscher reden – und in welcher Weise? In: Geyer, Christian (Hrsg.): Hirnforschung und Willensfreiheit. Zur Deutung der neuesten Experimente. Frankfurt am Main 2004, S. 81.

³⁹⁴ Roth: Das Gehirn und seine Wirklichkeit, S. 253.

Solchen Sichtweise muss durchaus kritisch begegnet werden, da es falsch ist unser Denken – und damit auch unseren Willen, unser Bewusstsein und unsere Identität – einzig auf neuronale Prozesse zurückzuführen und dies als letzte Instanz zu begründen.

Die kritischen Stimmen lassen sich unter dem Begriff der *biologischen Kognitionstheorie* zusammenfassen.³⁹⁵ Exemplarisch sei hier stellvertretend Thomas Fuchs zitiert:

Das Gehirn ist vor allem ein Vermittlungsorgan für die Beziehungen des lebendigen Organismus zur Umwelt und für unsere Beziehungen zu anderen Menschen. Diese vielfältigen Interaktionen verändern das Gehirn fortlaufend und machen es zu einem biographisch und sozial geprägten Organ. Subjektivität wird dabei als wesentlich verkörpert und ökologisch aufgefasst: Sie ist nicht allein im Gehirn zu lokalisieren, sondern bildet den Erlebensaspekt des gesamten Organismus in seinen Beziehungen zur natürlichen und sozialen Umwelt. – Fazit: Es ist nicht das Gehirn für sich, sondern der lebendige Mensch, der fühlt, denkt, handelt oder leidet.³⁹⁶

Ob freier Wille oder letztlich biologische Determiniertheit: mit dem Siegeszug digitaler Archivierung musste das Gehirn sich mit einem extrem leistungsfähigen Apparat vergleichen lassen – dem Computer. Der Vergleich von Mensch und Maschine findet sich daher auch beim Speicher- und Erinnerungsgedächtnis. In diesem Verständnis stellt die neuronale Struktur des Gehirns als Pendant der Maschine die Hardware mit all ihren systemischen Vernetzungen dar. Die *Seele*, der *Geist*, oder das *Leben* stellen dann die *Software* dar, die es zum Ausführen von *Befehlen* der Hardware benötigt. Das beseelte Gedächtnis wird zum *Betriebssystem*, das den externen *Input* (Kultur/Erfahrung/Bildung) versorgt wird, um eine stabile *Variable* (Identität) in Abgrenzung zu seiner Umwelt zu generieren. Das entspräche dann dem individuellen Charakter: dem *Ich*. Mit solchen Ansätzen wurde nach 1945 in der Gedächtnisforschung versucht – analog von Computerfunktionen – das Gedächtnis als „informationsverarbeitende, kybernetische Maschine mit körperunabhängigen Gehirnfunktionen“³⁹⁷ zu verstehen.

³⁹⁵ Vgl. hierzu exemplarisch Scheffer, Bernd: Wie wir erkennen. Die soziale Konstruktion von Wirklichkeit im Individuum. In: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hrsg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 2, Studieneinheit 5, Weinheim/Basel 1990, S.55ff.; Schmidt, Siegfried J.: Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried/Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S.8f.; Beck, Klaus: Medien und soziale Konstruktion von Zeit. Über die Vermittlung von gesellschaftlicher Zeitordnung und sozialem Zeitbewusstsein. Opladen 1994, S. 26ff.

³⁹⁶ Fuchs, Thomas: Das Gehirn – ein Beziehungsorgan. Eine phänomenologisch-ökologische Konzeption. Stuttgart 2008, S. 1

³⁹⁷ Vgl. Metzler Lexikon: Kultur der Gegenwart, S. 172

Schon früh in der Geschichte des Computers wurde die Schnittstelle – das Interface – zwischen Mensch und Maschine als eigentliche Grenzziehung hinterfragt. In den 80er-Jahren begann die Forschung sich dann interdisziplinär-kulturwissenschaftlich mit der Überarbeitung des Computer-Modells des Gedächtnisses zu beschäftigen und konzentrierte sich fortan auf Leibhaftigkeit und Situationsabhängigkeit.

Der Zusammenhang von Technik und Mensch als neuzeitliche Funktionsbestimmung gegenüber der historischen Welt wurde anfangs eher philosophisch bearbeitet. August Koelle versucht in *System der Technik* (1822), die technischen Errungenschaften als „Zentralkategorie der Selbstbedeutung des Menschen“³⁹⁸ zu verstehen. Die Menschheitsgeschichte wird an die Technikgeschichte gekoppelt und das Augenmerk auf die Verbesserung technischer Artefakte in Bezug auf Kultur und Gesellschaft gerichtet. Technik wird als Werkzeug des Menschen verstanden, das „das Überleben in der ihm feindlich gesinnten Natur möglich gemacht hat und das die menschliche Selbsterkenntnis steigert.“³⁹⁹ Durch Technisierung konnte nun die „Hilflosigkeit des Menschen“ gegenüber einer „Unterwerfung unter die Herrschaft der Natur“⁴⁰⁰ überwunden werden und so die von Gott bestimmte Stellung auf Erden eingenommen werden. Dieser sehr altertümlich wirkenden Auslegung eines Kampfes zwischen göttlichen Kräften, wilder Natur und menschlicher Ausbeutungsherrschaft tritt schließlich eine moderne – deutlich pragmatischere – Sichtweise entgegen. Durch die fortschreitende Industrialisierung und Technisierung herrschen bald vor allem naturwissenschaftliche Auslegungen vor, die sich nüchtern und sachlich der Nutzbarmachung von Technik für den Alltag widmen.

Doch nicht nur moderne Techniken wie der Computer haben das Selbstverständnis des Menschen zu sich selbst und seiner Außenwelt geprägt. Medien waren schon immer die kommunikativen Erinnerungswerkzeuge des menschlichen Gedächtnisses. Bereits früh in der Menschheitsgeschichte versuchte man Wissen zu bewahren und an nachfolgende Generationen weiterzugeben. Man bediente sich dabei den zeitgemäßen zur Verfügung stehenden Mitteln und Medien, um Erinnerung als mediales Gedächtnis zu überliefern. Ein Beispiel: Seit Jahrtausenden ist der Mensch bemüht die Wahrnehmung seiner Um-

³⁹⁸ Koelle, August: *System der Technik*. Berlin 1822.

³⁹⁹ Vgl. Fohler, Susanne: *Techniktheorien. Der Platz der Dinge in der Welt des Menschen*. München 2003, S. 28.

⁴⁰⁰ Vgl. ebd., S. 33.

gebung in Bildern festzuhalten. Die berühmten Höhlenmalereien von Lascaux sind schon vor ca. 18.000 Jahren entstanden und zeugen von den Fähigkeiten der frühen Menschen ihre Erlebnisse festzuhalten.⁴⁰¹ Mit der Entwicklung der Sprache und später dann der Schrift, sind Bild und Wort als Kommunikationsmittel differenzierter und viel genauer geworden. Seither haben sich zahlreiche Philosophen, Dichter, Denker und Wissenschaftler mit dem Bild als kommunikatives Medium auseinandergesetzt. Dabei ist das Bild als offenbar originalgetreue Darstellung der wahrnehmbaren Wirklichkeit von Beginn an mit der Manipulation von Erinnerung und Wahrnehmung behaftet. Die wie ein Bild verblassende Erinnerung schwindet mit der Gedächtniskapazität, die im Laufe der Zeit eine immer unschärfere Wirklichkeit zeichnet.

Die Zeitspanne der Erinnerung wird daher in Kurz- und Langzeitgedächtnis unterschieden. Die begrenzte Kapazität des Kurzzeitgedächtnisses bezeichnet man als unmittelbare Gedächtnisspanne. Ohne einen Zusammenhang der Elemente, an die man sich erinnern soll, liegt die Speicherkapazität des Kurzzeitgedächtnisses im Durchschnitt gerade mal zwischen 5 und 9 Informationseinheiten. Alles was darüber hinaus geht, wird durch neue Einheiten wieder im Gedächtnis überschrieben. Gedächtnisspezialisten trainieren deshalb diese Fähigkeit, um zusätzliche Einheiten im Kurzzeitgedächtnis behalten zu können, indem Sie die Informationseinheiten in willkürlich ausgedachten Zusammenhängen miteinander verbinden.

Die im Gehirn stattfindenden Prozesse dienen in ihrer ursprünglichen Funktion der Überlebenssicherung innerhalb der sich ständig verändernden Umwelt. Eine dispositionelle Repräsentation der eigenen Körperzustände und ihre Veränderungen durch die Umwelt ist also eine Grundbedingung des Menschen.⁴⁰² Die abstrakter werdenden Denkopoperationen ermöglichen immer komplexere Analysen der Umwelt. Dies befähigt uns, unsere Handlungsalternativen zukunftsorientiert zu projizieren. So haben wir auch eine weit entfernte Zukunft im Blick, die wir auf unsere jeweilige aktuelle Repräsentation des Körperzustandes zurückführen können.

⁴⁰¹ Vgl. Hörisch: Eine Geschichte der Medien, S. 47.

⁴⁰² Vgl. Damasio, Antonio R.: Descartes' Irrtum – Fühlen, Denken und das menschliche Gehirn. München 1994.

Die physische Grundlage unseres Selbst beruht auf unserer neuronalen Struktur: in Form dispositioneller Repräsentation von Schlüsselereignissen.⁴⁰³ Die Schlüsselbilder können jederzeit in wirklichkeitsorientierte Vorstellungsbilder entfaltet oder mit neuen Lebenserfahrungen komplettiert werden. Eine solche Erweiterung erfolgt durch gleichgeschaltete Repräsentation von Erinnerungsbildern. Diese werden von neuen Wahrnehmungsbildern in sensorischen Feldern ergänzt. Die Bilder der Wahrnehmung werden durch sog. *somatische Marker*⁴⁰⁴ bewertet und kombiniert. Das Bild, das wir uns also von unserem Selbst machen, ist nur von kurzer Dauer und wird kontinuierlich weiterentwickelt. Der Körper bleibt dabei stets das fundamentale Bezugssystem aller Denkvorgänge und interagiert über Medien- und Kommunikationssystemen mit seiner Umwelt.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – eine bekannte Volksweisheit, die den visuellen Vorteil der bildlichen Kommunikationsmöglichkeit hervorhebt. In Umkehrung können Bilder aber nie die exakte Bedeutung einzelner Wörter (Zeichen) abbilden, da sich die Bedeutung des Zeichens (Wortbedeutung) meist aus dessen Kontext erschließt. Zeichen sind zudem polysemisch, was eine eindeutige Zuordnung zu *einer* Bedeutung nicht gerade vereinfacht. Der Bilderstreit⁴⁰⁵ kann daher wohl als einer der ersten berühmten Mediendiskurse über Abbildungen bezeichnet werden. Medien entfernen uns von der „eigentlichen Wirklichkeit“, von Platons Idee der Wirklichkeit⁴⁰⁶ ausgehend, und von ihren Dimensionen.

Auch beeinflussen verschiedene Gestaltungselemente eines Bildes die Wirkung auf den Betrachter. Eine solche Bildrhetorik oder auch Bildallegorie wurde in der Frühen Neuzeit gezielt für politische Zwecke eingesetzt. Einen feindlichen Herrscher lächerlich und damit unglaubwürdig zu machen, in dem man seine Politik als „Witz“ darstellte, ließ das beliebte Mittel der Karikatur oder Satire wahre Blütezeiten erleben. Kritik nicht in

⁴⁰³ Vgl. Damasio, Antonio R.: Descartes' Irrtum.

⁴⁰⁴ In Form von somatischen Markern nach Antonio Damasio werden der sensorische Input und die aktuelle Vorstellung hinsichtlich ihrer Relevanz für den Organismus aufgrund individuell angepasster Kriterien bewertet, welche über eine Veränderung des allgemeinen Körperzustandes eine entsprechende emotionale Reaktion hervorrufen. Vgl. hierzu Damasio: Descartes' Irrtum.

⁴⁰⁵ Der Bilderstreit bezieht sich auf eine seit Jahrtausenden dauernde und in verschiedenen theologischen, philosophischen, medienkritischen, ästhetischen Ausprägungen wiederkehrende Auseinandersetzung um das Verhältnis von bildlicher und sprachlicher Repräsentation der Religion.

⁴⁰⁶ Platons „Ideenlehre“ bezeichnet alle Abbilder in der Erfahrungswelt als Schatten der metaphysischen Realität.

Sprache, sondern in Bildern zu äußern, hat bis heute nicht an Popularität eingebüßt. Zeichnungen, Satiren und Karikaturen finden sich bis dato in Zeitungen als gerne genutztes Mittel politischer Kritik. Wie brisant diese Zeichnungen nach wie vor sein können, zeigt beispielsweise der Karikatur-Streit aus dem Jahr 2005: durch 12 in der dänischen Zeitung Jyllands-Posten gedruckten Mohammed-Karikaturen des Zeichners Kurt Westergaard kam es in der Folge zu gewaltsamen Protesten und Ausschreitungen islamischer Anhänger. Die islamische Welt empfand die Karikaturen als entwürdigenden Angriff auf Ihren Propheten und rief zu Boykotten gegen Dänemark auf. Mit der zunehmenden Verbreitung in der Medienlandschaft weltweit, eskaliert der Streit schließlich in Gewalt. Über 150 Menschen verloren ihr Leben und auch Jahre später werden weiterhin Morddrohungen ausgesprochen und Attentate auf die Zeichner verübt.⁴⁰⁷

Im Gedächtnis der Menschen bleiben solche Bilder fest eingeschrieben und werden durch die massenhafte Verbreitung zum einem Teil der kollektiven Erinnerung. Gerade der öffentliche Diskurs, die grenzüberschreitenden Kontroversen und die langfristigen Auswirkungen zeigen, dass bei solchen Beispielen vor allem soziale Bewältigungsarbeit zu leisten ist. Ob nun Kunst oder Karikatur – Bilder können zu Machtzwecken genutzt wie missbraucht werden. Bildliche Repräsentation ist daher in digitalen Mediensystemen ein wesentlicher Beeinflussungsfaktor, wenn es darum geht, nachhaltig im Gedächtnis verankert zu bleiben.

Im 17. Jahrhundert nahm der englische Empiriker John Locke an, dass durch die äußere Wahrnehmung Abbilder der Erfahrungswirklichkeit als „einfache Ideen“ das ursprüngliche Chaos des menschlichen Geistes strukturierten.⁴⁰⁸ Die Wissenschaft um das Medium *Bild* entwickelte sich seither stetig weiter. Relativ schnell kamen mit neuen technischen Erfindungen auch neue Abbildungsmöglichkeiten und brachten einen verstärkten Medieneinsatz in der Kunst. Den technischen Fortschritt beschreibt Walter Benjamin in seinem Werk „Das Kunstwerk im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit“ folgendermaßen:

⁴⁰⁷ <http://www.stern.de/politik/ausland/karikaturenstreit-chronologie-von-der-zeichnung-bis-zum-terror-1638650.html> (Stand: 26.02.2012)

⁴⁰⁸ Vgl. Metzler Lexikon: Kultur der Gegenwart.

Das Kunstwerk ist grundsätzlich immer reproduzierbar gewesen. Was Menschen gemacht hatten, das konnte immer von Menschen nachgemacht werden [...]. Dem gegenüber ist die technische Reproduktion des Kunstwerkes etwas Neues, das sich in der Geschichte intermittierend, in weit auseinander liegenden Schüben, aber mit wachsender Intensität durchsetzt [...]. Mit dem Holzschnitt wurde zum ersten Male die Graphik technisch reproduzierbar; sie war es lange, ehe durch den Druck auch die Schrift es wurde. Die ungeheuren Veränderungen, die der Druck, die technische Reproduzierbarkeit der Schrift, in der Literatur hervorgerufen hat, sind bekannt [...]. Zum Holzschnitt treten im Laufe des Mittelalters Kupferstich und Radierung, sowie im Anfang des neunzehnten Jahrhunderts die Lithographie. Die Graphik wurde durch die Lithographie befähigt, den Alltag illustrativ zu begleiten.⁴⁰⁹

Die Funktion von Medien, als wichtige Größe kollektiver und kultureller Erinnerungsarbeit zu fungieren, ist auch in heutigen Forschungen immer wieder Gegenstand von Untersuchungen. Das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität in Hamburg hat den Wandel medialer Erinnerungskultur mit einem Projekt unter dem Titel „Mediale und mentale Repräsentationen des Holocaust“⁴¹⁰ in einer Vortragsreihe als interdisziplinäre Forschung aufgesetzt:

Durch den kombinierten Blick auf die intentionale Gestaltung und die Rezeption von Holocaust-Darstellungen gibt das Projekt Aufschluss über die Rolle der Medien und insbesondere des Fernsehens für die langfristige Herausbildung von kollektiv geteilten Vorstellungen und Erinnerungen und leistet zugleich eine Analyse des kommunikativen Aushandelns moralischer Markierungen des Gedenkens.⁴¹¹

Die Forschung rund um Gedächtnis und Erinnerung ist nach wie vor sehr aktuell und nimmt gerade in der neueren Geschichte einen großen Stellenwert ein. Im Spannungsfeld universeller Speichermodelle und individueller Erinnerung wird mit dem Aussterben der Zeitzeugen des Holocaust eine rückwirkende Relativierungskraft entgegen der „authentischen“ Erinnerung von Opfern und Betroffenen thematisiert. Wie werden die schrecklichen und erschütternden Verbrechen bewahrt werden können, ohne die Zeitzeugen befragen zu können? Können technische Speicherarchive die persönlichen Erinnerungen in Datenbanken kodieren, ohne an emotionaler Qualität einzubüßen? Wird mit der universellen Speicherbarkeit nicht gerade Vergessen und Amnesie gegenüber Einzelschicksalen verstärkt? Wird durch die mediale Dokumentation historische Wahrheit archiviert, die dem realen Leiden der Opfer gerecht wird?

⁴⁰⁹ Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit, S. 436.

⁴¹⁰ Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden 2009. <http://www.hans-bredow-institut.de/de/forschung/mediale-mentale-repraesentationen-des-holocaust> (Stand: 27.02.2012).

⁴¹¹ Vgl. ebd.

Die leidenschaftlichen Diskurse in Politik, Wissenschaft und Gesellschaft zeugen von der Unlösbarkeit dieser Fragen aus *einer* Disziplin heraus. Am Beispiel der aktiven Holocaust-Erinnerung wird die zweifache Funktionsgrundlage des Gedächtnisses deutlicher. Die menschliche Erinnerung benötigt eine neuronale *und* eine soziale Grundlage. Die soziale Basis ist für den Menschen ebenso wichtig wie die neuronale Struktur. Denn in der neueren Gehirn- und Gedächtnisforschung wird davon ausgegangen, dass das soziale Gedächtnis sich nur im Umgang mit anderen entwickeln kann.⁴¹² Die Anlagen zur Gedächtnisausbildung werden also erst durch den Umgang mit anderen Menschen, durch Sprache, Handlung, Kommunikation und affektiven Bindungen innerhalb des gesellschaftlichen Systems ausgebildet. Das bloße *Erinnern* ohne soziale Vernetzung ist nicht ausreichend für die Entwicklung einer kulturellen Identität oder Erinnerungskultur. Mit der Frage nach unserem persönlichen Gedächtnis tauchen wir immer in unser tiefstes Innenleben ein. Indem wir uns erinnern, wird zugleich eine externe Ordnung und Struktur verinnerlicht, die mit dem sozialen und gesellschaftlichen Umfeld jedes Menschen untrennbar gekoppelt ist. Der Umgang mit der Erinnerung an den Holocaust ist damit nicht nur zeitgeschichtliche Archivierung, sondern dient auch einer innerlichen sozialen Strukturierung und gesellschaftlichen Identitätsorientierung für nachfolgende Generationen.

Unser individuelles Gedächtnis repräsentiert den persönlichen Zustand der Wahrnehmungs- und Erlebnisgeschichte unseres kognitiven Systems und steuert somit die Bedeutungszuweisung. Die Hirnforschung weiß heute, dass dies in Schemata bzw. Attraktoren stattfindet, bei denen Sprache, Affekte und Normen eine bedeutende Rolle spielen.⁴¹³ Um es erneut klar herauszustellen: Gedächtnis ist eine neuronale Funktion, Erinnerung eine kognitivpsychische Konstruktion. Erinnerung muss daher erst bewusst werden, um sie sprachlich formulieren zu können. Da Vergangenheit an das Modell der Bekanntheit anknüpft, Gegenwart aber an die zeitliche Präsenz des Bewusstseins gebunden ist, entsteht ein von der Vergangenheit gelöstes Kriterium für Erinnerung. Dies bedeutet, dass unsere persönliche Vergangenheit nicht zwingend von der persönlichen

⁴¹² Vgl. Halbwachs: Les cardes sociaux de la mémoire.

⁴¹³ Vgl. Metzler Lexikon: Literatur- und Kulturtheorie, S. 212.

Erinnerung übereinstimmt. Die Vergangenheit kann aber ihren Beitrag zur Identitätsbildung nur durch die Modalität des „Sich-Erinnerns“ überhaupt erst beitragen.⁴¹⁴

Die Erinnerungsprozesse haben sich in einer omnimedialen Gesellschaft mit der Medienevolution verändert. Durch die jüngsten Entwicklungen gewinnt die Selektion sozialer Erinnerungen an Aktualität und Gewichtung. Die Funktion der Verarbeitung, Aufbereitung, Selektion und Filterung zu nachrichtenrelevanten und erinnerungswürdigen Informationen gewinnt mit der Digitalisierung von Kommunikation an Bedeutung. Es lässt sich ein erneutes Bedürfnis feststellen, die Auswirkungen der medialen Einflüsse auf das menschliche Erinnerungsvermögen besser verstehen zu wollen. Längst gehört die Erkenntnis zur Alltagserfahrung, dass gerade der Ausbau von Speicherkapazität mit verstärkten Erinnerungsverlusten in Form ungenutzter Archive und Überforderung einhergeht. Statt der fortschreitenden kulturellen Amnesie Einhalt zu gebieten, wird an größeren und leistungsfähigeren Speicherkapazitäten geforscht, die diese Amnesie überhaupt erst hervorgerufen haben. Gewiss ist, dass ein kulturelles Gedächtnis nicht allein von der Bewahrung oder dem Erhalt kultureller Merkzeichen lebt, sondern ebenso von den Brüchen, Paradoxien und Irritationen einer routinierten Verwendung ebenjener Marker. Das kulturelle Gedächtnis muss daher in jedweder Form seiner medialen Manifestation immer auch gegen sich selbst befragt und kritisch gewendet werden. Insbesondere mit der computergestützten Erinnerungsforschung. Mit der interdisziplinären Ausrichtung lassen sich den innovationsgetriebenen Medienzyklen zumindest neben rein naturwissenschaftlichen Erkenntnissen auch neue Sichtweisen über Gedächtnis, Selektionsmechanismen und Selbstreflexionsstrukturen abgewinnen.

Die moderne Unterwerfung aller Memorialvollzüge unter maschinelle Logiken des *Speicherns* und *Abrufens* (storage and retrieval) befördern dabei zunehmend alternative Sichtweisen, die sich einer deutlich lebendigeren (nicht technikorientierten) Erinnerung zuwenden. Individuen ohne lebendige Erinnerung sind ebenso überlebensunfähig, wie eine Kultur ohne ein kollektives Gedächtnis. In den wechselseitigen Wirkungsbereichen stehen sie sich in jeweiligen Charakteristika gegenüber und verweisen zugleich aufeinander. Diese Einheit der entgegengesetzten Aspekte zeigt sich in allen nur denkbaren Bereichen. Die ökonomische und technische Verstrickung kultureller Gedächtnisberei-

⁴¹⁴ Vgl. Metzler Lexikon: Literatur- und Kulturtheorie, S. 212.

che und lebendiger Erinnerungskulturen in einer omnimedialen Gesellschaft ist daher für Wissenschaft wie Industrie gleichermaßen in den Fokus gerückt. Einen Einfluss auf persönliche Erinnerung und das gesellschaftliche Gedächtnis auszuüben, birgt für ökonomisches Interesse ein großes Potential.

Es ist undenkbar einfach geworden alle möglichen Daten und Informationen langfristig zu sichern und jederzeit verfügbar zu halten. Die Zuspitzung, Verdichtung und vor allem zeitnahe Nutzbarmachung von individuellen Datenbeständen einer möglichst repräsentativen Fallzahl ist ein lukratives Geschäft. Viele Unternehmen haben ein besonders großes Interesse daran, dauerhaft persönliche Daten zu sammeln und auszuwerten, um mit verschiedensten Geschäftsmodellen im gesamten Wirtschaftsraum der Gesellschaft daraus Profit zu schlagen. Da mit den technischen Möglichkeiten verlustfrei aufgezeichnet werden kann und die modernen Kommunikationsmöglichkeiten eine Konzentration auf Online-Mediensysteme erfahren haben, sammeln Unternehmen wie Apple, Google, Facebook oder Twitter Unmengen an Daten über unser Verhalten, unsere sozialen Kontakte, unsere Weltansichten, persönlichen Interessen und Vorlieben. Ob und warum ein Nutzer sich trotz dieser zunehmenden Transparenz durch seine Daten für den Beitritt in ein bestimmtes soziales Netzwerk entscheidet, hängt daher von vielen verschiedenen Aspekten ab.⁴¹⁵

Datenschützern ist das Verhalten der großen Medienkonzerne schon lange ein Dorn im Auge. Der Präsident des Bundesverfassungsgerichtes, Andreas Voßkuhle, warnte beispielsweise öffentlich vor Tätigkeiten in Facebook.⁴¹⁶ Er warnt davor, dass nicht mit Sicherheit garantiert werden kann, dass gelöschte Daten auch wirklich nicht mehr auf den Servern von Facebook liegen und damit auch nie mit Sicherheit vollständig aus dem Netz zu entfernen sind. Da die Server des Unternehmens nicht in Deutschland stehen, haben Justiz und Gerichte auch keinen Einfluss auf das Unternehmen geschweige denn eine Grundlage für rechtsverbindliche Datenschutzgesetze. Auch Dienste von Google werden immer wieder dem Vorwurf ausgesetzt, die deutschen Datenschutzbestimmun-

⁴¹⁵ Beispielsweise ob sein Freundes- oder Bekanntenkreis die gleichen Netzwerke nutzt, wie populär ein Netzwerk gerade ist oder welche Vorteile der Beitritt in ein Netzwerk letztlich für den Nutzer selbst anbietet.

⁴¹⁶ Vgl. den Artikel ZEIT ONLINE: Verfassungsgerichtspräsident warnt vor Facebook, (afp) vom 06.11.2011 - 12:28 Uhr. <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2011-11/verfassungsgericht-facebook> (Stand: 05.02.2012).

gen nicht einzuhalten. Schlagworte wie „Datenkrake“⁴¹⁷ und „Internet-Gigant“ zeigen das polarisierende Potential. Gemeint sind mit diesen Begriffen Organisationen, die massenhaft personenbezogenen Daten sammeln, auswerten und für eigene Zwecke nutzen oder ggf. auch Dritten zur Verfügung stellen. Ein solches Vorgehen verstößt dann entweder mutmaßlich oder nachweislich gegen Datenschutzbestimmungen und verletzt häufig die Persönlichkeitsrechte der Nutzer.

Die digitale Archivierung sensibler Informationen birgt durch die technische Vernetzung und Anbindung ans Internet permanent die Gefahr, dass ein Zugriffsschutz nicht dauerhaft gewährleistet werden kann. Es ist nicht neu, dass gerade geheime Informationen die besonders begehrten sind. Ebenso alt wie das Geheimnis selbst sind die Versuche, an geschützte Informationen durch Spionage oder gezielte Angriffe heranzukommen. Datenklau, Hacker-Angriffe und Cyberkriminalität sind im Zeitalter digitaler Datenspeicherung ein Alltagsrisiko geworden. Informationen und Identitäten gewinnen an Wert und werden zum handelbaren Gut in einer medial vernetzten Gesellschaft.

Wer Informationen besitzt oder den Zugang zu medialer Kommunikation steuert oder kontrolliert, verfügt auch zwangsläufig über eine Schlüsselposition – und damit über Macht. Diese Form von Macht beruht auf quantitativen dem Besitz an Grenzmengen sensibler Daten. Geheimnisse aus einer Privatsphäre von Individuen bis hin zu Staatsgeheimnissen sind daher einer verstärkten Gefahr des ungewollten Zugriffs ausgesetzt, da durch das Streben nach Macht besonders intensive Versuche unternommen werden an geschützte Datensammlungen heranzukommen. Solche Daten können schließlich für eigene Zwecke sehr einfach nutzbar gemacht werden. Umgekehrt werden mit großem Aufwand zahlreiche Maßnahmen unternommen, um den Fluss der Daten überhaupt restriktiv steuern zu können.

Es lässt sich feststellen, dass mediale Präsenz und Kontrolle über die mediale Präsenz auch stets Machtpotentiale beinhaltet. Diese Schlussfolgerung entsprechend der vierten These der vorliegenden Arbeit formuliert lautet: Macht hat, wer prominent in den Medien präsent ist. Die Kontrolle von Informationen oder deren Zen-

⁴¹⁷ Vgl. Kerkmann: Warum Google so polarisiert. In : <http://www.stern.de/digital/online/kritik-am-internet-giganten-warum-google-so-polarisiert-1560960.html>. Erscheinungsdatum: 25. April 2010, 12:42 (Stand: 05.02.2012).

sur/Zugangsbeschränkung wird zum besonders prekären Unterfangen in unserer omnimedialen Gesellschaft. Wer was wann wie und wo wissen/lesen/sehen darf ist aber kaum einer wirksamen Kontrollinstanz zu unterstellen. Denn dies ist ein wesentlicher Bestandteil digitaler Vernetzung: was innerhalb eines global vernetzten Mediensystems einmal aufgenommen wurde, wird wohl nie mit Sicherheit wieder vollständig entfernt sein können. Die geradezu unendliche Möglichkeit des Kopierens, Duplizierens, Speicherns und Weiterleitens von Daten macht die Zensur oder Steuerung eines solchen Systems nicht nur schwierig, sondern fast unmöglich. Auf das Machtmotiv und mediale Kontrollmöglichkeiten soll erneut im späteren Verlauf dieser Arbeit rekurriert werden.

Zusammenfassend kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass Technik und Medien das Selbstverständnis des Menschen gewandelt haben. Die Erinnerungsprozesse verändern sich in einer omnimedialen Gesellschaft analog der Medienevolution. Mit steigender Medienkompetenz werden abstraktere Denkopoperationen durch komplexere Analysen der Umwelt ermöglicht. Medien haben – als kommunikative Erinnerungswerkzeuge des menschlichen Gedächtnisses – in der omnimedialen Kommunikationslandschaft den Umgang von und mit Archiven der Kultur gewandelt. Als Mediensystem gewährleisten die Datenarchive einerseits eine dauerhafte Speicherung und Präsenzhaltung von Wissen, politischen Ereignissen und gesellschaftlichen Entwicklungen im Sinne eines kulturellen Gedächtnisses. Andererseits wird das Spannungsfeld universeller Speichermodelle und individueller „authentischer“ Erinnerung offenbart.

Die Forschung der neueren Geschichte rund um Gedächtnis und Erinnerung des Holocaust zeugt vom großen Stellenwert und der brisanten Relevanz der Themen. Unter dem Titel „Mediale und mentale Repräsentationen des Holocaust“ wurde beispielsweise vom Hans-Bredow-Institut ein interdisziplinärer Forschungsansatz ins Leben gerufen. Der öffentliche Diskurs, die grenzüberschreitenden Kontroversen und die langfristigen Auswirkungen der Erinnerungsarbeit unfassbarer Verbrechen nationalsozialistischer Vergangenheit zeigen deutlich, dass nach wie vor soziale Bewältigungsarbeit zu leisten ist, statt nur technische Dokumentation als universelle Speicherung zu betreiben. Zur kulturellen Gedächtnisausbildung bedarf es der Integration von Einzelschicksalen ebenso, wie die affektiven Bindungen eines gesamten Kulturkreises. Mediales Erinnern ohne soziale Vernetzung ist nicht ausreichend für die Entwicklung einer kulturellen Identität, die auch Erinnerungswahrheiten noch lebender Zeitzeugen berücksichtigen muss.

Das kulturelle Gedächtnis muss immer auch gegen sich selbst kritisch hinterfragt werden. Mit einer offenen und interdisziplinären Ausrichtung lassen sich dann aus innovationsgetriebenen Medienzyklen neue Erkenntnisse über Gedächtnis, Selektionsmechanismen und Selbstreflexionsstrukturen abgewinnen. Der Ausbau von Speicherkapazität für ein digitales kulturelles Gedächtnis geht aber mit zunehmenden Erinnerungsverlusten einher. Beflügelt durch die Erforschung immer leistungsfähigerer Speicherkapazitäten wird eine kulturelle Amnesie aber gerade verstärkt. Ein kulturelles Gedächtnis existiert aber nicht allein vom Erhalt kultureller Merkzeichen, sondern auch von Brüchen und Abwendung gegen diese Markierungen. Diese Paradoxien und Irritationen einer routinierten Verwendung traditioneller Marker einer Kultur komplettieren erst das gesamtgesellschaftliche Gedächtnis. Zunehmend werden ökonomische und technische Verstrickungen kultureller Gedächtnisbereiche und lebendiger Erinnerungskulturen in das omnimediale Gesellschaftssystem einbezogen. Medienunternehmen zeigen aber ein besonders großes Interesse daran, dauerhaft persönliche Daten zu sammeln und auszuwerten, um damit Geld zu verdienen. Die digitale Archivierung sensibler Informationen birgt durch die technische Vernetzung und Anbindung ans Internet permanent die Gefahr, dass der Zugriffsschutz nicht dauerhaft gewährleistet werden kann. Hacker-Angriffe und Cyberkriminalität sind im Zeitalter digitaler Erinnerungskultur ein Alltagsrisiko geworden. Besitzt, Zugang und Kontrolle über digitale Erinnerungsarchive bedeutet zudem Macht. Die Macht umfasst die Kontrolle sensibler Daten, die ein kulturelles Gedächtnis beeinflussen könnten. In diese Datenbestände befinden sich schließlich gleichermaßen private wie öffentliche Dokumente.

Die Kontrolle von Informationen oder deren Zensur/Zugangsbeschränkung wird in einer omnimedialen Gesellschaft schwieriger. Wer was wann wie und wo wissen/lesen/sehen darf, wird in digitalen Archiven kaum fortwährend zu kontrollieren sein. Denn dies ist ein wesentlicher Bestandteil digitaler Medien: was innerhalb eines global vernetzten Mediensystems einmal aufgenommen wurde, wird wohl nie mit Sicherheit wieder daraus gelöscht werden können. Welche Erfahrungen als kommunikatives Gedächtnis digital repräsentiert wird, soll im nächsten Abschnitt kurz skizziert werden.

3.3.1. Kommunikatives Mediengedächtnis

Es ist kaum möglich, zwischen individuellem und sozialem Gedächtnis zu unterscheiden. Ein individuelles Gedächtnis ist untrennbar mit dem Selbst und seiner sozialen Umgebung verbunden – ebenso wie Sprache und Bewusstsein. Ein absolut individuelles Gedächtnis ist theoretisch aber möglich. Es wäre dann allerdings ein echter Sonderfall, da hierfür eine vollkommen eigene Art der selbstorientierten Verständigung bzw. Sprache notwendig wäre, die man nur selbst verstünde. Da sich Gedächtnis immer durch soziale Einflüsse ausbildet, bleiben solche Überlegungen aber rein theoretischer Natur. Aleida und Jan Assmann haben für diesen sozialen Aspekt des individuellen Gedächtnisses den Begriff des „kommunikativen Gedächtnisses“ geprägt.⁴¹⁸ Die Erinnerung basiert hier auf Überlieferung von selbst gemachten Erfahrungen, gelerntem Wissen und durchlebten Ereignissen. Dieses Gedächtnis determiniert den Umgang von Individuen durch persönliche mündliche Überlieferung von Erinnerung und Vergangenheit. Zwischenmenschliche Affekte sind hier entscheidend bei der Ausbildung dieser Gedächtnisform. Menschlichen Emotionen wie Liebe, Interesse, Anteilnahme, Verbundenheit, aber auch Hass, Feindschaft, Misstrauen, Schmerz, Schuld und Scham geben dieser Erinnerung „Prägnanz“ und „Horizont“. Um uns Erinnerungen einzuprägen, bedarf es der Prägnanz. Um auch eine Relevanz für die kulturelle Welt zu besitzen, bedarf es zusätzlich eines Horizonts.⁴¹⁹ Das Zusammenspiel beider Bereiche sichert die Erinnerung im Gedächtnis. Erinnern und Vergessen haben dabei gleichwertige Ausprägungen. Beim Erinnern werden Entscheidungen getroffen, die andere Dinge in den Hintergrund rücken und ausblenden, um Einzelnes im Vordergrund exponiert herauszustellen.⁴²⁰ Es können im kommunikativen Gedächtnis auf diese Weise Störungen und Pathologien auftreten, die *falsche* Erinnerungen sichern und der persönlichen Identität eine *imaginäre Identität* hinzugefügt wird. Gedächtnisstörungen halten auf diese Weise Erinnerungen präsent, die nicht real sind, oder aber auf Erfahrungen anderer beruhen. Dies kann im kommunikativen Gedächtnis sogar in großem Stile geschehen und soll – so die Vermutung – eine exponierte Stellung innerhalb der eigenen Generation sicherstellen.⁴²¹

⁴¹⁸ Vgl. Assmann: Religion und kulturelles Gedächtnis, S. 13.

⁴¹⁹ Vgl. ebd., S. 13.

⁴²⁰ Welzer, Harald: Das kommunikative Gedächtnis: Eine Theorie der Erinnerung. München 2002, S. 7.

⁴²¹ Vgl. Assmann: Das kulturelle Gedächtnis, S. 51.

Das kommunikative Gedächtnis ist ein Generationengedächtnis, das sich mit den jeweiligen Erlebnissen einer Generation parallel verändert. Ein kommunikatives Gedächtnis in digitalisierten Lebenswelten wird noch stärker von den Einflüssen der Gemeinschaft beeinflusst werden. Denn die virtuelle Identitätsbildung, die hier persönliche Erfahrungen nicht nur real-kommunikativ zulässt, sondern auch virtuell-rezeptiv sammelt, steht in einem extrem verstärkten Kommunikationsaustausch. Durch den verstärkten kommunikativen Austausch ausdifferenzierter und fragmentierter Interessen über Onlinekommunikation zeigt sich, dass sich heute ein einheitliches generationsübergreifendes Gesamtbild in Form eines kommunikativen Gedächtnisses nur sehr schwer feststellen oder sinnvoll zusammenhängend nachzeichnen lässt. Welche Möglichkeiten einer gesellschaftsrelevanten Betrachtung zur Verfügung stehen, soll im anschließenden Kapitel umrissen werden.

3.3.2. Kollektives Mediengedächtnis

Die theoretische Grundlage des „*kollektiven Gedächtnisses*“⁴²² lieferte Maurice Halbwachs. Diese Form des Gedächtnisses entsteht in determinierenden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen (den sog. Cadres Sociaux). Hier werden soziale Gruppen einbezogen, die in unterschiedlicher Größenordnung innerhalb lokalisierter Räume ihrer gemeinsam gelebten Zeit zu finden sind. Auf diese Weise werden von allen Mitgliedern der Gemeinschaft die gesellschaftlichen Normen, Werte und Rahmenbindungen eingeschrieben, die dem Einzelnen im Wertesystem einen Platz geben.

Die Rückkoppelung prägt die einzelnen Mitglieder und formt ihr Verhalten, was sich wiederum auch auf das kollektive Gedächtnis auswirkt. Man kann daher diese Form des Gedächtnisses nicht unmittelbar beobachten, sondern nur die realisierte Lebensweise feststellen. Das kollektive Gedächtnis ist nach dem „Prinzip der Wirklichkeit“ konzipiert.

Dieses Gedächtnis setzt sich nicht einfach fort, es muss immer neu ausgehandelt, etabliert, vermittelt und angeeignet werden. Individuen und Kulturen bauen ihr Gedächtnis interaktiv durch Kommunikation in Sprache, Bildern und rituellen Wiederholungen auf. Beide, Individuen und Kultu-

⁴²² Siehe hierzu Halbwachs: Les cadres sociaux de la mémoire.

ren, organisieren ihr Gedächtnis mit Hilfe externer Speichermedien und kultureller Praktiken. Ohne diese lässt sich kein generationen- und epochenübergreifendes Gedächtnis aufbauen, was zugleich bedeutet, dass sich mit dem wandelnden Entwicklungsstand dieser Medien auch die Verfasstheit des Gedächtnisses notwendig mitverändert.⁴²³

Man kann wie bereits gesagt kaum über empirisch messbare Manifestationen auf ein *kollektives Bewusstsein* bzw. *Gedächtnis* schließen. Es lassen sich aber durchaus Verhaltensmuster und Wissensbestände in Ritualen, Festen oder Traditionen finden, die sich mit dem kollektiven Bewusstsein decken und damit nachvollziehbar werden. Die Grundlagen für das kollektive Gedächtnis bilden aber ein kulturelles und kommunikatives Gedächtnis. Das kollektive Gedächtnis ist somit vor allem für eine kollektive Identitätsausbildung verantwortlich. Traditionell wird es auch als gemeinschaftliches Gewissen bezeichnet.

Mit der gesellschaftlichen Filterung der Erinnerungen durch Milieus, Schichten und Gruppierungen werden aber nicht alle Erinnerungen gleichermaßen eingeschrieben. Daher ist das kollektive Gedächtnis besonders anfällig für politisierte Formen der Erinnerung.⁴²⁴ Der Zeitraum eines kollektiven Gedächtnisses wird maßgeblich von politischen und sozialen Rahmenbedingungen bestimmt. Medien kommt hierbei eine besonders produktive, generative und konstruktive Rolle in Form des Mediums einer „kollektiven Identitätsbildung“ zu. Vor allem in der Religion finden sich etliche Rituale, bei denen sich ein „kollektives Bewusstsein“ durch ein „kollektives Gedächtnis“ zu einer „kollektiven Identität“ mit geregelten Normen, Werten und Lebensweisen durch Medien formiert.

An die traditionelle Stelle zur Weitergabe „kollektiver Erinnerung“ treten heute vor allem realistische Speichermedien wie audiovisuelle Bild- und Filmmedien. Meinungsbildende „Medienmacher“ finden sich in den Leitmedien⁴²⁵ ihrer Generation. Dort wird die eigene Weltanschauung in Fernsehauftritten, Berichten in Printmedien oder Videoclips

⁴²³ Assmann: Das kulturelle Gedächtnis, S. 19.

⁴²⁴ Vgl. Metzler Lexikon: Literatur- und Kulturtheorie, S.213

⁴²⁵ Der Begriff der „Leitmedien“ ist im Zusammenhang der omnimedialen Nutzung verschiedenster Medienverbundsysteme nicht einschränkend auf wenige Medien zu verstehen, sondern bezieht sich auf die Häufigkeit der Nutzung und Beliebtheit von medialen Kommunikationsmechanismen. Die Sprunghaftigkeit der Mediennutzung und deren Bedeutung innerhalb des Systems lassen hier eine ständige Veränderung erkennen, die keines feststehenden Kanons bedarf.

auf einschlägigen Portalen wie YouTube⁴²⁶ publiziert. Die Zahl der Wiederholung und Zitate in allen Medien scheint hier die Etablierung einer akzeptierten Wahrheit untermauern zu wollen, selbst wenn als Quelle der Verweis auf andere Medien ungeprüft übernommen werden muss.

Neben der rein medienwissenschaftlichen Betrachtung solcher Phänomene haben sich auch andere Forschungszweige den Fragestellungen zur medialen Erinnerung und Gedächtnismedien gewidmet. Siegfried Schmidt hat über die Kulturwissenschaft hinaus die Forderung auch an andere Disziplinen gestellt, das Themenfeld von „Gedächtnis und Erinnerung“ als Forschungsrichtung „im Rahmen ganz unterschiedlicher disziplinärer Verortung“ zu etablieren.⁴²⁷

Medienkulturwissenschaft ist nicht fixiert auf einzelne Medienangebote oder bestimmte kulturelle Phänomene, sondern versucht die Mechanismen zu ergründen, die unseren Umgang mit solchen Phänomenen bestimmen, die wir aus guten Gründen für kulturelle Phänomene halten, und dabei möglichst genau die Rolle der Medien zu explizieren.⁴²⁸

Im kulturwissenschaftlichen Feld zeigt Astrid Erll erste Versuche sich der Medialität von Erinnerungsformen über das kollektive Gedächtnis zu nähern.⁴²⁹ Gerade vor dem Hintergrund medialer Katastrophen bzw. Traumata wie Weltkriege und zuletzt dem Terroranschlag vom 11. September 2001 erhalten mediale Aspekte des kollektiven Gedächtnisses auch für Bilderwelten eine neue Aktualität. Gerade weil die Bilder des 11. September weltweit als Live-Übertragung von verschiedenen Kulturen gleichzeitig gesehen wurde, fühlten sich viele auch persönlich angegriffen. Ein solches kollektives Trauma wurde durch gleiche Bildwelten in ein mediales Gedächtnis geprägt, das eine übergreifende Identität der Opfer erschuf.⁴³⁰ Selbst wenn der Schock vereinzelt Erinnerungen an die Terroranschläge mit Einzelmedien verbindet, so werden sich ebenso viele

⁴²⁶ Mittlerweile lassen sich solche Videos auch mit Text- und Bildlinks während der Wiedergabe überblenden. <http://www.youtube.com>.

⁴²⁷ Vgl. Schmidt, Siegfried J.: Medienkulturwissenschaft. In: Nünning, Ansgar/Nünning, Vera: Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. Stuttgart 2003, S. 351-369, hier S. 368.

⁴²⁸ Ebd., S. 353.

⁴²⁹ Erll, Astrid/ Nünning, Ansgar (Hrsg.): Medien des kollektiven Gedächtnisses. Konstruktivität - Historizität - Kulturspezifität. Berlin/New York 2004.

⁴³⁰ Vgl. Rickli, Christina: Trauer- oder Traumageschichten? Amerikanische Romane nach 9/11. In: Poppe, Sandra /Schüller, Thorsten/ Seiler, Sascha (Hrsg.): 9/11 als kulturelle Zäsur – Repräsentationen des 11. September 2001 in kulturellen Diskursen. Literatur und visuellen Medien. Bielefeld 2009, S. 103-120.

finden, die sich nicht mehr erinnern können, wo bzw. in welchem Medium sie die Berichte und Bilder des Anschlag zum ersten Mal gesehen haben.

Ein solch Neues und extremes Ereignis steigert wohl als vereinzelte Ausnahme noch die Wahrscheinlichkeit, dass Medien zusammen mit den Inhalten verbunden werden. Die Erinnerung an Inhalte löst sich aber durch die Vielfalt medialer Berührungspunkte mit ähnlichen oder identischen Inhalten von ihrer medialen Beziehung und wird nur noch als Wahrnehmung existent. Mediale – und vor allem omnimediale – Erinnerungskulturen benötigen keine materielle Fixierung an Einzelmedien mehr, sondern lösen die Wahrnehmungsdifferenzierung von innerer vs. äußerer, medialer vs. realer und rekonstruierter vs. montierter Erinnerungsbildung in der Omnimedialität auf.

3.3.3. Kulturelles Mediengedächtnis

Mit der Forschung zum „kulturellen Gedächtnis“ ist die äußerste Position von dem erreicht, was den ursprünglichen Ausgangspunkt bildet: das Gedächtnis in seinen neuronalen und sozialen Bedingungen. Das kulturelle Gedächtnis nach Definition von Jan Assmann entspricht ungefähr den Vorstellungen Derridas vom „Archiv“⁴³¹ und dem Bernsteins von „Tradition“.⁴³² Forschungen über die Oral History haben gezeigt, dass mit den Methoden der mündlichen Überlieferung (kommunikatives Gedächtnis) nur ein Zeitraum von 80 bis 100 Jahren abgedeckt werden kann. So weit reicht die am eigenen Leib gemachte Erfahrung oder kommunizierten Erlebnisse, die wir für das eigene Lebenskonzept innerhalb der Generationsabfolge benötigt werden. Jan Assmann behauptet daher: „Mit dem kulturellen Gedächtnis eröffnet sich die Tiefe der Zeit.“⁴³³

Das kulturelle Gedächtnis geht über die Funktion der zeitlichen Lebensdauer hinaus und verlängert die Wirkungsdauer – im Vergleich zu oralen Gesellschaften – durch eine

⁴³¹ Vgl. Derrida, Jacques: *Mal d'archive*. Editions Galilée. Paris 1995. Archiv bedeutet für Jacques Derrida eine gegenwartskonstituierende und zukunftserschließende Gedächtnisform im Medium sprachlicher und außersprachlicher, diskursiver und nichtdiskursiver Symbole, die von politischen Strukturen der Macht und Herrschaft durchzogen sind.

⁴³² Vgl. Bernstein, Richard J.: *Freud and the Legacy of Moses*. Cambridge Studies in Religion and Critical Thought 4. New York 1998. Bernstein erweitert den Begriff *Archiv* um unbewusste Aspekte der Weitergabe und transgenerationellen Übertragung von kollektiver Erinnerung.

⁴³³ Assmann: *Religion und kulturelles Gedächtnis*, S. 37.

Schriftkultur. Es wird gelehrt, überliefert, erforscht, gedeutet und praktiziert. Doch durch die Schrift überdauern die Erfahrungen und Erkenntnisse die eigene Generation. Wissen, das nicht gerade aktiv benötigt wird, kann so konserviert und erhalten werden. Und je nach Bedarf wieder aktiviert und präzise weitergegeben werden. Aber auch hier besteht das Risiko des Vergessens. Schriftlich gespeicherte, aber vollkommen ungenutzte Archivbereiche droht ein vergleichbares Schicksal wie dem kommunikativen Vergessen.

Noch heute bedürfen schriftliche Texte mit Merkmalen der mündlichen Überlieferung oder einer spezifischen Umgangssprache wie etwas Dialektliteratur⁴³⁴ einer besonderen Rahmung, um richtig verstanden zu werden.⁴³⁵ Texte, die in enger Verbindung mit Bildern stehen, führen zudem sprachliche Muster⁴³⁶, die weder in schriftlichen, noch in mündlichen Texten vorkommen.⁴³⁷ Häufig zitierte oder wiederholte Inhalte erhalten eine gewisse Dominanz gegenüber anderen Themen. Vordergründig eignen sich hierzu Inhalte, die parallel über alle Kanäle verbreitet werden können und den höchsten Erfolg bei potentiellen Rezipienten versprechen.

Heute ist das Internet das größte und globale Archiv für gespeichertes Wissen. Allein durch die schier unendlichen Möglichkeiten auf eine unüberschaubare Menge an Informationen zugreifen zu können, stellt sich das Überangebot schnell als Überforderung für den Einzelnen dar. Eine Filterung der Information wird unerlässlich und extrem wichtig, möchte man nicht dem „information overload“ unterliegen.

Durch die Vielzahl von Informationskanälen wird es auf der einen Seite immer leichter an Nachrichten zu gelangen, auf der anderen Seite kann die Nachrichtenflut auch überfordern. Fast jeder dritte Deutsche (31 Prozent) fühlt sich häufig von Informationen überflutet, weitere 30 Prozent

⁴³⁴ Regionaler Dialekt kann dabei nach Ulrich Ammon als Antonym zur Standardsprache verstanden werden. Vgl. Ammon, Ulrich: Standard und Variation: Norm, Autorität, Legitimation. In: Eichinger, Ludwig m. (Hrsg.): Standardvariation: Wieviel Variation verträgt die deutsche Sprache? Berlin 2005, S. 28-40.

⁴³⁵ Vgl. Henn-Memmesheimer, Beate: Syntaktische Minimalformen: Grammatikalisierungen in einer medialen Nische. In: Patocka, Franz/Wiesinger, Peter (Hrsg.): Morphologie und Syntax deutscher Dialekte und historische Syntax des Deutschen. Beiträge zum 1. Kongress der Internationalen Gesellschaft für Dialektologie des Deutschen, Marburg/Lahn, 5.-8. März 2003. Wien 2004, S. 84 -118, hier S. 84.

⁴³⁶ Schlobinski führt in diesem Zusammenhang in Anlehnung an Teuber (1998) die Comic-Literatur und die darin enthaltenen „Lehnbildungen“ der amerikanischen Übersetzung als sog. *Inflektive* und *Inflektivkonstruktionen* auf. Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten: Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen/Wiesbaden 1998.

⁴³⁷ Siehe hierzu u. a. Schlobinski, Peter (Hrsg.): Von *hdl* bis *cul8r*. Sprache und Kommunikation in den neuen Medien. Mannheim 2006.

manchmal und 35 Prozent nie. Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede in den Altersgruppen. Bei den unter 30-Jährigen spüren nur 14 Prozent häufig eine Informationsüberflutung. Dieser Anteil wächst bei den 50-64-Jährigen auf 41 Prozent und den über 65-Jährigen auf 39 Prozent an. So sind es im Umkehrschluss auch mehrheitlich die Jüngeren, die ihrer Einschätzung nach nie mit der enormen Menge an Informationen zu kämpfen haben.⁴³⁸

Am Beispiel von Internet-Suchmaschinen lässt sich das Phänomen der „überbordenden Informationsfluten“⁴³⁹ nachvollziehen. Obwohl innerhalb kürzester Zeit der Zugriff auf Daten sichergestellt ist, liefert das Ergebnis dieser Suche eine Fülle an Links und Themen, die erst durch eigene Selektion eine Lösung des gesuchten Problems in Aussicht stellt. Die Validität und Relevanz der Suchergebnisse sind für den Nutzer nur sehr schwer einzuschätzen. Kommerzielle Absichten und ökonomisches Interesse durch „bezahlte“ Suchwörter beeinflussen die Rankings der angezeigten Suchergebnisse und vergrößern diese Problematik zusätzlich.⁴⁴⁰ Der Unternehmenserfolg bspw. von Google gründet auf dem Geschäftsmodell von Suchalgorithmen und passenden Werbemöglichkeiten. Andere Anbieter wie Bing.com oder ask.com vermarkten in ähnlicher Weise die Suche nach Informationen. Suchmaschinen sind im Internet aber auf nur wenige Unternehmen konzentriert. Dies zeigt deutlich, welchen weitreichenden Einfluss die Monetarisierung von Informationsselektion für eine globale Entwicklung hat. Sicherlich erklärt sich der Erfolg der genannten Unternehmen auch durch den riesigen Aufwand an Software, Programmierung und Kapazitäten, die eine digitale Verfügbarkeit solcher Suchergebnisse mit sich bringt. Immer mehr und immer schneller werden Informationen an jedes Individuum ausgeliefert und erhöhen damit stetig den Aufwand, den es bedarf, um sich in allen Lebenslagen mit dem nötigen Gesamtüberblick zu versorgen. Die unendliche Verfügbarkeit des Wissens schafft dann die angesprochenen verlorenen Bereiche, die zwar physisch vorhanden sind, aber nicht mehr aktiv genutzt werden und damit in Vergessenheit geraten.

Die Grenzen zwischen solchen Übertragungs- oder Speichermedien von Kommunikation werden durch technologische Entwicklungen wie Telekommunikation und dem In-

⁴³⁸ Vgl. BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 37.

⁴³⁹ Vgl. Daiber, Jürgen: Literatur und Nicht-Linearität. Ein Widerspruch in sich? Jahrbuch für Computerphilologie 1 (1999). <http://computerphilologie.uni-muenchen.de/jahrbuch/jb1/daiber.html> (Stand: 01.02.2012).

⁴⁴⁰ Für möglichst auf den ersten Ranglistenplätzen dargestellte Trefferergebnisse in Suchmaschinen haben sich Search Engine Marketing (SEM) mit Search Engine Optimisation (SEO) und Search Engine Advertising (SEA) als professionelle Geschäftsfelder bereits fest etabliert.

ternet fließender. Eine sich stetig weiter ausdifferenzierende Informationsgesellschaft beschleunigt den Wandel von Wahrnehmungsverhalten, sowie Wirtschafts- und Lebensform und formt sich zur omnimedialen Gesellschaft. Damit einhergehend entstehen neue Medienformen, die sich über verschiedene Kanäle hinweg vernetzen und konzentriert die Kommunikation prägen. Allgemein bekannt ist, dass die dominantesten Medien in einer Gesellschaft schließlich diejenigen sind, die die Denk- und Verhaltensweise über Themen und Inhalte am meisten beeinflussen und prägen. „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch Massenmedien.“⁴⁴¹

Eine Bereitstellung digitaler Inhalte ist insgesamt mit sehr intensivem Kapitalaufwand für die Anbieter verbunden. Dieser hohe Kapitalbedarf kann nicht mehr allein durch öffentlich-rechtliche Ressourcen gestemmt werden. Als Folge drängen immer mehr private Investoren in dieses Feld und formen die Medienanstalten entsprechend ihren Geschäftsmodellen um. Umgekehrt werden mediale Distributoren damit gezwungen das mediale Angebot mit Nachdruck zu platzieren, um neben einer reinen Bereitstellung von Daten auch die wirtschaftliche Verantwortung bedienen zu können. Damit wird Information an kommerzielle Interessen gekoppelt, die darauf ausgelegt sind, ein gestiegenes Kommunikationsangebot massenmedial zu publizieren. Datenbestände explodieren förmlich und vergrößern das Angebot überproportional. Da der Mensch aber nur eine begrenzte Menge an Informationen überhaupt aufnehmen und verarbeiten kann, wird der Kampf um Aufmerksamkeit verstärkt. Nach Peter Weinberg kann jeder Mensch durch den enormen Überschuss an Informationen ca. 90-95 Prozent der angebotenen Kommunikation schon gar nicht mehr aufnehmen.⁴⁴² Aktuelle Mediennutzungsstudien belegen, dass die Informationsüberflutung deutlich wahrgenommen wird und man sich zunehmend davon überlastet fühlt:

Am häufigsten wird der Fernseher genannt (71 Prozent), etwas mehr von Männern (74 Prozent) als von Frauen (69 Prozent). An zweiter Stelle folgt das Internet (43 Prozent). Dieses wird in erster Linie von jüngeren Personen als Ursache der Informationsflut wahrgenommen (14-29 Jahre: 66 Prozent). Über 65-Jährige nennen das Internet nur zu 14 Prozent, nutzen es allerdings auch nur zu 24 Prozent.⁴⁴³

⁴⁴¹ Luhmann: Realität der Massenmedien, S. 9.

⁴⁴² Siehe Kroeber-Riel, Werner/Weinberg, Peter: Konsumentenverhalten. München 1999, S. 77.

⁴⁴³ Vgl. BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 37.

Unser Gehirn ist ständig damit beschäftigt sich Dinge zu merken, um daraus Rückschlüsse für die eigene Überlebensstrategie ableiten zu können. Das Gedächtnis erleichtert sich das abspeichern von Informationen der Umwelt durch kulturelle Muster und Traditionen, muss sich parallel aber dennoch alltäglichen Funktionen reservieren. Zwischen Funktions- und Speichergedächtnis⁴⁴⁴ muss darum nochmals unterschieden werden. Unter dem Begriff des *Speichergedächtnisses* wird die Möglichkeit „kultureller Unbewusstheit“ eröffnet. Gemeint ist dabei, dass die Aneignung von Gedächtnisinhalten an den individuellen Gebrauchskontext gebunden ist. Dies zeigt, dass Kulturen ein Konglomerat aus Altem und Neuem, Verschüttetem und Verbautem, Wiederverwendetem und Ausgesondertem sind. Unter *Funktionsgedächtnis* wird hingegen all jenes verstanden, was für das reale Leben innerhalb der Gesellschaft für den „Alltag“ notwendig ist. Hiermit werden vor allem Ansammlungen von Fakten als abrufbare Mechanismen bezeichnet. Funktions- und Speichergedächtnis sind aber keineswegs das klare Oppositionspaar, für das man es auf den ersten Blick halten könnte. Vielmehr bilden beide Gedächtnisteile wechselseitige Perspektiven, die erst für eine klarere Konturierung des jeweils anderen sorgen können. Die Grenzen zwischen Speicher- und Funktionsgedächtnis verschieben sich stetig und werden damit „die Bedingung der Möglichkeit von Veränderung und Erneuerung“.⁴⁴⁵ Der Begriff der *Tradition* ist auf dieser Grundlage immer wieder zum Streitpunkt der Definitionen geworden, da Traditionen als *Vorverständnisse* angesehen werden, auf denen jedes *Verstehen* basiert. Kein „Verstehen ohne Erinnerung, kein Dasein ohne Tradition.“⁴⁴⁶

An dieser Stelle lässt sich zusammenfassen, dass, wie gezeigt, Mediensysteme auch zur Sicherung und Überlieferung von Ereignissen und Entwicklungen dienen. Mit der Digitalisierung auch kultureller Praktiken und Interaktion haben sich die soziale Identitätsausbildung, persönliche Erfahrungs- und Lebenswelt und das gesellschaftliche Zusammenlebens gewandelt. Medien prägen schon immer das menschliche Selbstverständnis und dienen von Beginn an als Erinnerungswerkzeuge des menschlichen Gedächtnisses.

⁴⁴⁴ Vgl. Assmann, Aleida: *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. München 1999.

⁴⁴⁵ Ebd., S. 136.

⁴⁴⁶ Vgl. Assmann: *Religion und kulturelles Gedächtnis*, S. 40.

Als Generationengedächtnis hat sich das kommunikative Gedächtnis durch digitale Medien deutlich stärker ausdifferenziert und in Fragmente geteilt.

Generationen lösen sich damit aus dem gesamtgesellschaftlichen Rahmen und zerfallen in segmentierte Subkulturen. Mit medialen Großereignissen wie dem Terroranschlag vom 11. September 2001 erhalten mediale Aspekte des kollektiven Gedächtnisses eine vollkommen neue Ausrichtung. Ein kollektives Mediengedächtnis schafft im medialen Gedächtnis eine einheitsstiftende Identität und Solidarität. Gleichzeitig lässt sich mit der Omnimedialisierung feststellen, dass die Herkunft der kollektiven Erfahrung nicht an Einzelmedien festgemacht wird, sondern frei von jeder Fixierung an physische Herkunft als kommunikative und kollektive Erinnerung existiert. Mit der Omnimedialisierung werden kulturelle Riten und Werte ins kulturelle Mediengedächtnis transformiert, die stark vernetzt und komplex konzentriert das kulturelle Leben der omnimedialen Gesellschaft prägen. Das Internet wird damit zum omnimedialen Bindeglied des kommunikativen, kollektiven und kulturellen Gedächtnisses.

In jüngster Zeit haben sich mit der neurowissenschaftlichen Debatte die Erkenntnisse der Gedächtnisforschung weiter ausdifferenziert. Bislang wurden Fragestellungen zum Gedächtnis schließlich maßgeblich von der Philosophie abgedeckt. Mit Diskursen der Hirnforschung haben sich die Funktionsbestimmungen des Gehirns in den technisch-medizinischen Bereich verlagert. Unsere komplexer werdenden Denkopoperationen verändern nicht nur neuronale Strukturen des Gehirns, sondern ermöglichen auch technische Innovationen, die die Rahmenbedingungen gesellschaftlicher Orientierungsfunktionen neu definieren. Der zunehmend visuelle Charakter der Gedächtnisstützen wird als kollektive Erinnerung tief in unser Gesellschaftsverständnis eingeschrieben und durch Medien fortwährend präsent gehalten. Beispiele wie Holocaust-Erinnerungen rufen Bilder hervor, die im globalen Gedächtnis ebenso verankert sind wie die sozialerzieherische Komponente dieser Visualisierung.

Filterung, Selektion und logische Verknüpfungen durchziehen unsere Denkstrukturen und erfordern eine Verdichtung von Information. Um in der Flut an Bildern und Informationen den Überblick nicht zu verlieren, bedarf es einer preselektiven Informationsverarbeitung für das kognitive System. Mit den Ausprägungen der omnimedialen Gesellschaft haben sich damit Erinnerungsprozesse ebenso verändert wie die soziale Interaktion. Durch die Anpassung der gesellschaftlichen Medienkompetenzen bleibt die

Orientierungsfunktion und Nutzbarmachung des Datenvolumens gesichert. Parallel zur Zentralisierung und Verdichtung steigt auch das Risiko unbefugten Zugriffs auf die Daten. Zugriff, Zugang und Zensur werden zu Indikatoren von Macht und Einfluss. Dennoch bleibt in einer omnimedialen Gesellschaftsstruktur durch die permanente Omnimedialität die kontrollierte Datensteuerung ein extrem schwieriges Unterfangen.

Dies zeigt einerseits die Macht, die mit Besitz und Kontrolle von Medien einhergeht, andererseits aber eben auch die Omnimedialität im kommunikativen Austausch, durch die sich die Verteilung dieser Macht nicht ausschließlich kontrollieren lässt. Welchen Zustand die omnimediale Anpassung an gewandelte Strukturen medialer Machtverhältnisse erreicht hat, wird Gegenstand des anschließenden Kapitels sein.

3.4. Systemische Trennung und Milieus

Jedes neue Mitglied einer Gesellschaft wird von Geburt an dem Prozess der Sozialisation unterworfen, der es durch medial vermitteltes Wissen auf den Stand des gesellschaftlichen Funktionierens zu heben versucht. Mit der schrittweisen Erschließung der Medien und Medientechniken steigt auch der Erschließungsgrad der Welt. Die Sozialisation läuft als omnimedialer Prozess der stetigen Auseinandersetzung mit der Umwelt und den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ab. Dabei integriert das Subjekt die Funktionen und Leistungen aus den omnimedialen Systemen in seinen Lebensalltag und lernt spielerisch die notwendige individuelle Reflexion und soziale Interpretation. Im Umkehrschluss verändern sich durch die Alltagsnutzung auch Leistungen und Funktionen des Mediensystems, da auf das Interaktionsverhalten dynamisch optimiert reagiert wird. Jeder Mensch verfolgt in unterschiedlichen Lebensphasen persönliche Ziele, die sein Verhalten beeinflussen. Damit diese Ziele relevant sind und erreicht werden können, müssen sie mit elementaren Bedürfnissen korrelieren: den Motiven einer Person. Motive sind relevante Beweggründe menschlichen Handelns, die uns steuern und energetisieren.⁴⁴⁷ Diese personeneigenen Antriebskräfte sorgen dafür, dass Menschen Eigenleistungen aufwenden und auch bereit sind, Entbehrungen und Rückschläge in Kauf zu

⁴⁴⁷ Vgl. McClelland, D.C.: Human motivation. London 1985.

nehmen, um letztlich ihre Ziele zu erreichen. Als drei der wichtigsten menschlichen Motive gelten das Leistungs-, das Macht- und das Anschlussmotiv.⁴⁴⁸ Das Leistungsmotiv wird beschrieben als das Streben nach Erfolgen, herausragenden Leistungen und stetiger Verbesserung.⁴⁴⁹ Im Machtmotiv spiegelt sich der Wunsch, auf Andere Einfluss zu nehmen, sowie Anerkennung und Prestige wider.⁴⁵⁰ Mit dem Anschlussmotiv wird das Streben nach sozialen Kontakten, Geselligkeit, Nähe und harmonischen zwischenmenschlichen Beziehungen beschrieben.⁴⁵¹

Der Wunsch bzw. das Streben nach sozialem Kontakt ist ein menschliches Grundbedürfnis. Sozialer Kontakt verschafft Wohlbefinden, Geborgenheit und verringert Ängste. Nicht immer sind diese grundlegenden Beweggründe vollständig bewusst. Die Grundbedürfnisse spiegeln sich auch im Umgang der persönlichen Mediennutzung wieder. Fachgebiete wie Medienpädagogik und -psychologie befassen sich mit den medienspezifisch vermittelten Kulturtechniken. Diese interessieren sich für die Rolle der Medien bei der Wissensvermittlung und der Sozialisation.

Gerade in einer omnimedialen Gesellschaft sind individuelle Informationsbeschaffung, persönliche Interpretations- und Meinungsbildung zur Urteilsfindung, sowie die selbstinszenierte Veröffentlichung der eigenen Präsenz ein elementarer Teil der omnimedialen Sozialisation geworden. Medien sind in diesem Verständnis erstens „als integrierte und konstitutive Bestandteile gesellschaftlichen und individuellen Lebens zu begreifen und zweitens ist das Medienhandeln als Teil der gesellschaftlichen Handlungsfähigkeit des Subjekts zu werten.“⁴⁵²

Die Omnipräsenz von Medien in allen gesellschaftlichen und kulturellen Bereichen verstärkt den Prozess der Differenzierung und fördert eine systemische Trennung. Diese bildet mediale Milieus aus. Solche Mehrfachstrukturen von Medien ermöglichen Paradoxien und fördern Widersprüche des Systems zutage. Hierzu sind aktuelle Beispiele in der starken Verstrickung mit politischen und ökonomischen Machtstrukturen zu finden.

⁴⁴⁸ Vgl. Krug, Joachim/Kuhl, Ulrich: Macht, Leistung, Freundschaft. Motive als Erfolgsfaktoren in Wirtschaft, Politik und Spitzensport. Stuttgart 2006.

⁴⁴⁹ McClelland, D.C.: How motives, skills, and values determine what people do. In: American Psychologist, Heft 40 (1985), S. 812-825.

⁴⁵⁰ Vgl. McClelland: Human motivation.

⁴⁵¹ Vgl. Krug/Kuhl: Macht, Leistung, Freundschaft.

⁴⁵² Vgl. Theunert, Helga: Sozialisation. In: Schorb, Bernd/Anfang, Günther/ Demmler, Kathrin (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. Praxis. München 2009, S. 262-264, hier S. 263.

Man denke dabei an jüngste historische Vorgänge in arabischen Staaten wie beispielsweise Tunesien, bei denen eine symbolische Medienpräsenz einer neu formierten Widerstandsbewegung eine Revolution gegen real herrschende Machthaber auszulösen imstande war. Gleichzeitig wurde von der Regierung versucht, die gleichen Medienkanäle für eine politische Gegendarstellung durch Repressalien zu kontrollieren.

Mit solchen Beobachtungen wird klar, dass das Internet in diesem Fall eine triadische Machtstruktur⁴⁵³ bediente: Erstens ermöglicht es den schnellen Austausch zur konsolidierten und kollektiven Meinungsbildung einer breiten Masse, zweitens dient dieser Austausch auch radikalen Gruppen oder Extremisten dazu, Gleichgesinnte zu finden und sich ebenfalls zu organisieren und drittens befähigt es, Machtstrukturen etablierter Hierarchien durch Zensur und digitale Kontrolle abzusichern. Dies bildet die Voraussetzung einer privaten wie politischen Nutzung von Medien gleichermaßen.

Vor allem in digitalen Medien wird mit medial organisierten Bewegungen ein Bild politischer Demokratie und geeinten Willens gezeichnet, der durch den Versuch des arabischen Regimes mit verstärkter Medienkontrolle und Zensur bekämpft wurde. Man kann hieran beobachten, dass durch die verstärkte mediale Präsenz und Auseinandersetzung mit brisanten Thematiken, gerade nicht von kontrollierter Kommunikation der Machthaber gesprochen werden kann, sondern dass sich trotz einer versuchten Medienbeherrschung eine breite Basis gleichgesinnter Gruppen untereinander organisieren konnte. Das gleichgesinnte Milieu konnte sich kommunikativ stärker vernetzen und für eine Gegenbewegung formieren, um die bisherige Unterdrückung zu bekämpfen. Die mediale Informiertheit und verstärkte Medienaktivität dient als Organisationsstruktur der neuen Bewegung und konnte sich durch die mediale Berichterstattung schnell auch auf Staaten mit ähnlicher Repressionsstruktur ausweiten. Medien und Kommunikation sind also immer mehrdimensional mit Machtstrukturen einer Gesellschaft verbunden. Entsprechend formuliert die vierte These der vorliegenden Arbeit diese Beobachtung als omnimediales Diktum: Macht hat, wer prominent in den Medien präsent ist. Hierzu bedarf es der Definition von Macht, um den Zuschnitt dieser These auch begrifflich zu fundieren.

⁴⁵³ Zusammengefasst sind das 1. Informationsfluss, 2. Organisation und 3. Kontrolle.

Die Definition des Begriffs *Macht* hat viele Facetten und muss wohl immer im Kontext machtheoretischer Überlegungen betrachtet werden. Hier finden sich wissenschaftliche Definitionen unterschiedlicher Autoren, die in ihren Schriften auch immer wieder das Verhältnis von Macht und sozialem Wandel beobachten. Betrachtet man den Begriff der *Macht* im Verständnis von Max Weber so gibt Macht die Möglichkeit einer Kontrolle zur Temporalisierung oder Beschleunigung des sozialen Wandels.⁴⁵⁴ „Macht bedeutet jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstand durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht.“⁴⁵⁵ Bei Luhmann hingegen wird Macht zu einem alltäglichen Kommunikationsmedium, das man nicht besitzen kann, sondern immer schon Teil des Systems ist.⁴⁵⁶ Hinrich Fink-Eitel hält zum Machtbegriff übergreifender fest, dass er im Laufe der Zeit verschiedene Bedeutungen widerfahren hat. Macht bedeutet:

[...] Möglichkeit im Sinne von Vermögen/Können [...]; sie bedeutet ursprüngliche Ermöglichung, bestimmendes Übergreifen, physische Kraft, Geist bzw. Wissen, freie Übereinkunft, Gewalt, intersubjektive Willensdurchsetzung, Überlegenheit, Schädigungsfähigkeit, kriegerische Konfrontation, individuelle Teilhabe an kollektiven Entscheidungsprozessen, systemische Integration sozialer Prozesse, Leben usw.⁴⁵⁷

Macht wird in der vorliegenden Arbeit verstanden als die kommunikative Einflussnahme auf die Gesellschaft durch massive mediale Präsenz. Die Macht die man erlangt, wenn man in Medien eine ausgeprägte Präsenz hat, wird von einer wachsenden Rezeptionsgemeinschaft legitimiert. Ziel der Präsenz in Medien ist daher vor allem die Intension legitimer Macht zur Einflussnahme persönlicher Überzeugung. Mit diesem Verständnis des Begriffs können polarisierende Formen von Macht als mediale Dimension erfasst werden. Macht kann in dieser Lesart sowohl positive wie auch negative Einflussnahme über Medien bedeuten. Es wird im jeweiligen Kontext entsprechend zu erläutern sein, wie Macht durch Medienpräsenz ausgeübt wird und welche Konsequenzen sich daraus ableiten.

Wo Macht durch Medien präsent wird, ist auch eine Konfrontation nicht fern. Tagtäglich kann man beobachten erleben, dass Medien (insbesondere Massenmedien) meist eben

⁴⁵⁴ Weber, Max: Die drei reinen Typen der legitimen Herrschaft. In: Winckelmann, Johannes (Hrsg.): Max Weber - Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen 1988, S. 475-488.

⁴⁵⁵ Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. 5. Aufl., Tübingen 1972, S. 28.

⁴⁵⁶ Luhmann: Soziale Systeme.

⁴⁵⁷ Fink-Eitel, Hinrich: Dialektik der Macht. In: Angehrn, Emil u. a. (Hrsg.): Dialektischer Negativismus. Michael Theunissen zum 60. Geburtstag. Frankfurt/M 1992, S. 35-56, hier S. 35 f.

jener Ort sind, an dem dieser Machtstreit öffentlich ausgefochten wird. Dabei spielen die Machtmechanismen insbesondere im Symbolischen eine wichtige Rolle. Ob Propaganda oder Manipulation durch bewusstes Lügen: Zeichen und Medien lassen sich immer mehrfach für Macht instrumentalisieren. Symbolische Handlungen können aber auch eine wirksame Contra-Instanz gegenüber real gefestigten Machtstrukturen bieten. Die Gegenöffentlichkeiten bedienen sich gerne der neuesten Medien und schaffen auf diese Weise eine effektive Kommunikation und Verbreitung von Inhalten, die auch symbolisch für das Interesse der Gruppierung stehen.

In jüngster Zeit kann der Einfluss einzelner Mitglieder der omnimedialen Gesellschaft auf beispielsweise politisches Zeitgeschehen vermehrt beobachtet werden, sobald eine gewisse Popularität bzw. mediale Bekanntheit erreicht ist. Dies beschränkt sich nicht nur auf Individuen, sondern kann auch für Gruppierungen oder Bewegungen beobachtet werden. Hier sind neben Enthüllungsskandalen aus Internet-Plattformen wie WikiLeaks⁴⁵⁸, über Facebook⁴⁵⁹ organisierte Massendemonstrationen oder Gleichschaltungsphänomene fernöstlicher Medienpresse eindrucksvolle Zeugnisse in vielen Bereichen zu verzeichnen. Die Macht des Internets wird aber immer wieder für demokratiefördernde Entwicklungen kritisch in Frage gestellt.⁴⁶⁰ Es lässt sich hierbei eine gewisse Milieuzugehörigkeit ausmachen, wenn mediale Großereignisse auch Übersprungshandlungen in der Realität hervorrufen. Diese digitalen Milieus wirken aus der virtuellen Welt in die reale Welt hinein. Bei solchen Beobachtungen lohnt es sich immer, einen Blick auf Mi-

⁴⁵⁸ Diese Wortkreation spielt mit dem Begriff der „Wikis“ (sog. frei editierbaren und allgemein zugänglichen Wissenskompendien im Internet wie bspw. Wikipedia; <http://de.wikipedia.org/>) und dem engl. Begriff „leaks“ (Löcher, Schwachstellen). Bekannt und berühmt geworden ist diese Plattform mit der Veröffentlichung von geheimen Dokumenten und internen Papieren amerikanischer Botschafter/Regierungsmitgliedern im Jahr 2010. Ihre „Mission“ beschreibt WikiLeaks auf deren Website mit eigenen Worten folgendermaßen: „WikiLeaks is a non-profit media organization dedicated to bringing important news and information to the public. We provide an innovative, secure and anonymous way for independent sources around the world to leak information to our journalists. We publish material of ethical, political and historical significance while keeping the identity of our sources anonymous, thus providing a universal way for the revealing of suppressed and censored injustices.“ Vgl. <http://www.wikileaks.lu/> (Stand: 25.05.2011).

⁴⁵⁹ Facebook ist mittlerweile zu der sozialen Netzwerk-Gemeinde aufgestiegen und hat nach eigenen Angaben derzeit weltweit rund 955 Million Nutzer im Juni 2012. Vgl. <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> (Stand: 04.08.2012).

⁴⁶⁰ Siehe hierzu auch Morozov, Evgeny: Iran: Downside to the „Twitter Revolution“. In: *Dissent*, 56 (4). 2009, S. 10-14. <http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/dissent/v056/56.4.morozov.html> (Stand: 12.06.2012).

lieutheorien zu werfen, da es sich bei den erwähnten Medienereignissen letztlich auch um milieuspezifische Phänomene der Gesellschaft handelt.

Milieutheorie richtet ihre Fragestellungen nach gesellschaftlicher Differenzierung in Werte, Normen, Lebensstile oder Geschmacksmuster aus. Der Begriff *soziale Milieus* bezeichnet Formen der Vergemeinschaftung durch Similaritäten im Lebensstil. Stefan Hradil definiert soziale Milieus als „Gruppen Gleichgesinnter, die jeweils ähnliche Werthaltungen, Prinzipien der Lebensgestaltung, Beziehungen zu Mitmenschen und Mentalitäten aufweisen.“⁴⁶¹ Wer einem sozialen Milieu angehört, stellt in ähnlicher Art und Weise seine Interpretation und Gestaltung der Lebensumwelt heraus und grenzt damit zugleich auch andere Milieus ab.⁴⁶² Mit diesem Verhalten lassen sich dann auch Lebensstile ableiten. Auch wenn die Begriffe *Lebensstile* und *Milieu* selbst in einschlägiger Fachliteratur immer wieder synonym verwendet werden, so lassen sich für beide Konzepte unterschiedliche Schwerpunkte feststellen. Mit dem Milieu wird eine tief verwurzelte Werte- und Grundeinstellung beschrieben, die sich als Lebensstil durch Verhaltensroutinen von außen ablesen lässt. Das bedeutet, dass sich Lebensstile wie Mediennutzung, Kleidungsstile oder Freizeitbeschäftigungen durchaus kurzfristig ändern können. Die grundlegenden Werte des Milieus werden aber nur äußerst selten aufgegeben oder geändert (bspw. durch massive Lebenskrisen oder Extremerfahrungen).

Lebensstile wurden als eine Art von subjektiver Seite der sozialen Ungleichheit gesehen, die vor allem die Verwendung von Ressourcen und ästhetischen Vorlieben der Akteure in den Vordergrund rückt.⁴⁶³

Das Konzept der Lebensstile erlangte vor allem seit Ende der 80er-Jahre eine bis heute anhaltende Popularität, da Klassen- und Schichtmodelle zunehmend als unzureichend für die Erklärung sozialer Ungleichheiten einer individualisierten Gesellschaft angesehen wurden.⁴⁶⁴ Mit einer Differenzierung nach Milieus wird verdeutlicht, dass eine Mediennutzung und deren Formate von Beurteilungskriterien beeinflusst werden, die sich nicht nur auf Strukturmerkmale zurückführen lassen. Gerade die Werteorientierung der Milieuzugehörigkeit liefert Erkenntnisse darüber, wie ästhetische Orientierungen den

⁴⁶¹ Hradil, Stefan. Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich (2. Aufl.). Wiesbaden 2006, S. 278.

⁴⁶² Vgl. Hradil: Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich, S. 278.

⁴⁶³ Ebd., S. 454.

⁴⁶⁴ Vgl. Rössel, Jörg: Kostenstruktur und Ästhetisierung? Zur Erklärungskraft von Lebensstilen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 3 (2006), S. 453-467, hier S. 453.

Entscheidungsprozess beeinflussen. Dies liefert ein Erklärungsmodell für die Selektionskriterien der Nutzer. Doch verlangt eine solche Untersuchung eine genaue Kenntnis über die jeweiligen Medienangebote und den damit verbundenen Rezeptionserwartungen der Nutzer. Ein Zusammenhang von Angebotsselektion und Bildungsniveau benötigt aus milieutheoretischer Perspektive auch den empirischen Blick, um die soziokulturellen Dispositionen sichtbar zu machen, die es benötigt, um eine gewisse Medienkompetenz durch Bildung zu erlangen. Eine der offensichtlichen Konsequenzen ist die voranschreitende Wissenskluft, da Mediennutzung von habituellen und milieuspezifischen Dispositionen geprägt wird und in diesem Zusammenhang von einem Graben/einer Kluft (Digital Divide) in der digitalen Medienkompetenz ausgegangen wird.⁴⁶⁵ Die unterschiedliche Gestaltung von Medienangeboten und der Zusammenhang mit dem wahrgenommenen Erlebnisversprechen der Nutzer wird als eine der Begründungen angeführt, warum solche „transmedialen Nutzungsstile“⁴⁶⁶ gestaltungsspezifische Merkmale aufweisen.

Man geht beim Digital Divide zunächst nur davon aus, dass bestimmte Teile einer Bevölkerung von der digitalen Anbindung ausgeschlossen bleiben. Hier spielen neben repressiver Staatsorganisationen auch die Zugehörigkeit zu sozialen Milieus, infrastrukturelle Voraussetzungen und sozialer Status eine entscheidende Rolle. Die digitale Kluft bezieht sich in der wissenschaftlichen Fragestellung aber zunächst auf einen geographischen Hintergrund, der sich auf der Weltkarte als eindeutige Differenz zwischen Nord und Süd feststellen lässt. Es lassen sich darüber hinaus Beobachtungen machen, die den Kontext dieses Phänomens auf ökonomische, politische oder kulturelle Dimensionen ableiten. Es wird daher – je nach Kontext – spezifizierter vom digitalen Graben gesprochen und weitere Unterscheidungen getroffen. Vom soziodemographischen digitalen Graben spricht beispielsweise Oliver Zendel, wenn er die Kluft auf das Recht freier Information jedes Gesellschaftsmitgliedes beschreibt.⁴⁶⁷ Andererseits spricht man eher von einem technischen digitalen Graben, wenn die Menschen der schnellen Verände-

⁴⁶⁵ Hargittai: Second Level Digital Divide: differences in people's online skills. <http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864> (02.01.2012).

⁴⁶⁶ Vgl. Schweiger, Wolfgang: Gibt es einen transmedialen Nutzungsstil? Theoretische Überlegungen und empirische Hinweise. *Publizistik* 2 (2005), S. 173-200.

⁴⁶⁷ Lüttcher, Beatrice: Eine kurze Geschichte freier Software. Interview mit Oliver Zendel. In: Lehman, Kai/Schetsche, Michael (Hrsg.): *Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld 2005, S. 151-156.

rung der Technik und damit deren Funktion(en) hinterherlaufen und darüber den Anschluss verlieren.⁴⁶⁸ Dennoch gilt es auch Kritik am Digital-Devide-Konzept zu benennen, da hierbei vor allem der Nachweis einer quantifizierbaren Mediennutzung im Hinblick auf einen Mehrwert besteht. Auch wird der mediale Aneignungsprozess nach der physischen Anschaffung zumeist ausgeklammert.⁴⁶⁹ Die Kritiker dieses Konzepts sehen im Domestizierungsansatz einen geeigneten Gegenentwurf, der deutlich differenzierter den mehrdimensionalen Prozess der häuslichen Mediatisierung zu charakterisieren wisse.⁴⁷⁰ Die Beobachtungen müssen für eine omnimediale Gesellschaft um einen sozio-medialen digitalen Graben erweitert werden. Hier spielen vor allem kommunikative Medienkompetenzen hinein, die neben sozialen, ökonomischen oder technischen Hürden auch den kompetenten Umgang kommunikativer Interaktion fordern. Vor allem die stetige Fragmentierung digitaler Ausdifferenzierung fördert subkulturelle Tendenzen omnimedialer Kommunikation, die eigene Normen, Nutzungsverhalten oder Kompetenzen erforderlich machen. In diesem Verständnis wird eine Brücke auch zum Domestizierungsansatz gebaut, da neben dem Zugang und den individuellen Vorteilen der Mediennutzung auch ein alltäglicher Aneignungsprozess im privaten Umfeld hergestellt wird.

Schon länger ist nicht mehr jeder selbst in der Lage die Technik zu durchschauen, die er nutzt. Dennoch benötigt man eine Kompetenz im Umgang mit dem Mediensystem, um am kulturellen wie sozialen Alltag der omnimedialen Gesellschaft teilzunehmen.

Eine besondere Facette der Internetnutzung stellen in diesem Zusammenhang die sozialen Netzwerke dar, die von Kindern und Jugendlichen zunehmend in ihren Alltag integriert werden und dadurch besondere Anforderungen vor allem in sozialer Hinsicht stellen.⁴⁷¹

⁴⁶⁸ Vgl. dazu Meyer, Robert/Zhao, Shengui/Han, Jin: *The upgraded Digital Divide. Are we developing new Technologies faster than Consumers can use them?* Philadelphia 2005.

⁴⁶⁹ Vgl. hierzu Rogers, Everett M.: *Diffusion of Innovations*. 5. Auflage. New York 2003; Richardson, Helen J.: *A 'Smart House' is not a Home: The Domestication of ICTs*. In: *InfSyst Front*, 11 (5) 2009, S. 599-608; Röser, Jutta: *Wenn das Internet das Zuhause erobert: Dimensionen der Veränderung aus ethnografischer Perspektive*. In: Röser, Jutta (Hrsg.): *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien*. Wiesbaden 2007, S. 157-171.

⁴⁷⁰ Vgl. hierzu etwa Ahrens, Julia: *Going Online, Going Gender. Alltagspraktiken rund um das Internet in Deutschland und Australien*. Reihe *Critical Media Studies*. Bielefeld 2009; Bakardjieva, Maria: *Domestication Running Wild: From the Moral Economy of the Household to the Mores of a Culture*. In: Berker, Thomas/Hartmann, Maren/Punie, Yves/ Ward, Katie (Hrsg.): *Domestication of Media and Technology*. Berkshire 2006.

⁴⁷¹ Wart, Stefan/Schneider, Silke/Schmeißer, Daniel: *User-Experience von Kindern im Internet. Zur Rolle des Internets bei den „Digital Natives“*. In: *Media Perspektiven* 1 (2010), S. 26.

Die komplexe Technik und Sicherstellung der Kommunikationskanäle wird in Mediensystemen integriert, um für Anwender nach möglichst einfachen und intuitiven Regeln wie dem KISS-Prinzip⁴⁷² leicht verständlich und zugänglich zu sein. Die fortschreitende Technisierung der Medien fördert eine Mündigkeit der Ingenieure im Bereich der Darstellungs- und Funktionsform medialer Systeme. Im Umkehrschluss bedeutet dies aber auch eine Unmündigkeit aller anderen. Es gilt auch hier, die Interdependenzen von Herstellern und Nutzern im Auge zu behalten. Etwas salopper formuliert: Nur weil man mitmachen *kann*, heißt das noch lange nicht, dass dies von den anderen entsprechend akzeptiert und in vollem Umfang zugelassen wird. Es wird ein zusätzliches Spezialwissen benötigt, um sich den kommunikativen Facetten des jeweiligen sozialen Interaktionsraumes bedienen zu können, die sich unterhalb globaler Strukturen befinden. Es herrscht ein Druck dynamischer Adaption und Rezeption soziomedialer Kompetenzen, um an den relevanten Themen der Gesellschaft oder einer Gruppe überhaupt partizipieren zu können und die Versorgung mit Informationen sicherzustellen.

Dieser Druck zu versierter Medienkompetenz lässt sich ähnlich der Milieuspezifika auch als Profile und Typen in der jeweiligen Mediennutzung feststellen. Die Studie der Initiative D21 e.V. versucht daher den Grad der Medienkompetenz in sechs Nutzertypen⁴⁷³ zu unterscheiden. Typ 1: *Digitaler Außenseiter*. Dieser Typ ist laut Studie überwiegend älter (62,5 Jahre), größtenteils weiblich, mit geringer Bildung und unterdurchschnittlichem Haushaltseinkommen. Typ 2: *Gelegenheitsnutzer*. Diese Nutzer sind 46,8 Jahre alt, vorwiegend weiblich, besitzen eine mittlere Bildung und leben mit einem unterdurchschnittlichen Haushaltseinkommen. Typ 3: *Berufsnutzer* sind 47,8 Jahre alt, fast immer weiblich, haben eine mittlere Bildung und sind vorwiegend berufstätig. Sie verdienen leicht überdurchschnittlich. Typ 4: *Trendnutzer*. Dieser Typ ist 37,5 Jahre alt, vorwiegend männlich, besitzt eine höhere Bildung, ist berufstätig und hat ein über-

⁴⁷² KISS ist das Akronym für engl. *Keep it short and simple*. Damit wird trotz benötigen damit nu rein minimales Wissen um Ursprünglich stammt dieses Prinzip aus der Informatik, die eine einfache und minimalistische Lösung eines Problems als deren optimale Form ansieht. Mit dieser Herangehensweise hat sich auch das dem Internet zugrunde liegende TCP/IP-Modell schnell im World Wide Web etabliert. Vgl. hierzu Heiko Holtkamp: Einführung in TCP/IP. http://www.rvs.uni-bielefeld.de/~heiko/tcpip/tcpip_html_alt/kap_1.html (Stand: 19.02.2011).

⁴⁷³ Vgl. hierzu die Studie der Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011. Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich. Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. http://www.initiated21.de/wp-content/uploads/2011/11/Digitale-Gesellschaft_2011.pdf (Stand 25.06.2012), S. 10f.

durchschnittliches Haushaltseinkommen. Typ 5: *Digitale Profis*. Hier liegt das Durchschnittsalter bei 37,2 Jahren. Sie sind vorwiegend männlich, berufstätig, haben eine hohe Bildung und das höchste durchschnittliche Haushaltseinkommen. Typ 6: *Digitale Avantgarde*. Dieser Typ ist durchschnittlich 34,0 Jahre, vorwiegend männlich, hat eine hohe Bildung, ist fast immer berufstätig und besitzt ein eher überdurchschnittliches Haushaltseinkommen. Aufschlussreich ist diese Studie vor allem durch ihre empirische Erhebung der Nutzungskompetenzen über mehrere Jahre hinweg. Hier lässt sich ein vermehrter Rückgang der sogenannten *Digitalen Außenseiter* beobachten:

2009 war jeder Dritte in der Bevölkerung dieser Gruppe zugeordnet (35 Prozent), 2011 ist es nur noch jeder Vierte. Dies zeigt sich auch beim digitalen Potenzial: 38 Prozent der Digitalen Außenseiter verfügen aktuell über PC bzw. Notebook (2010: 27 Prozent), privaten Internetzugang haben derzeit neun Prozent – dieser Anteil hat sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt (2010: vier Prozent).⁴⁷⁴

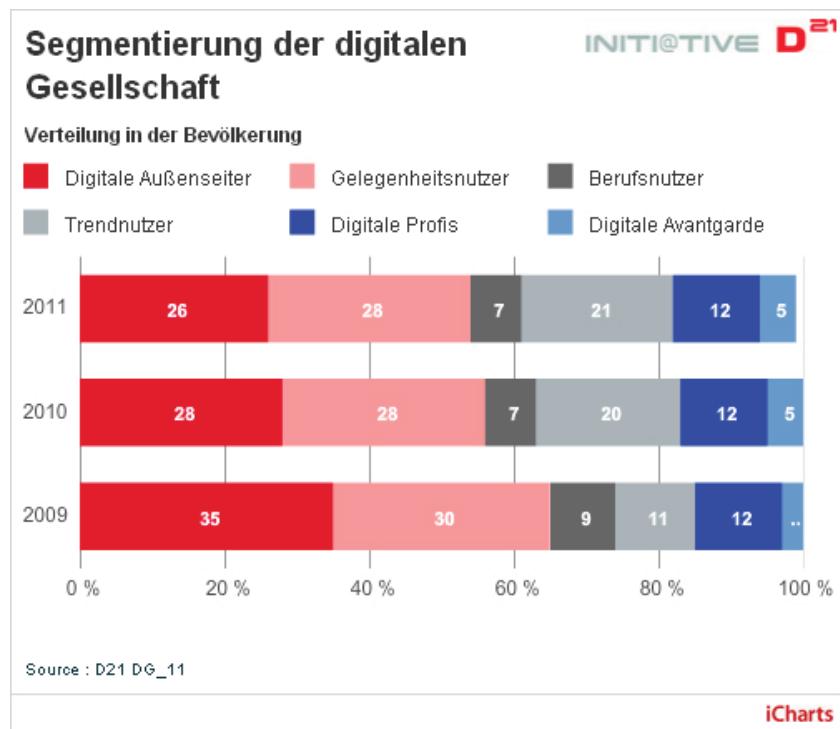


Abbildung 3: Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011.

Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich.
Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest.

Quelle: <http://www.initiatted21.de/portfolio/digitale-gesellschaft> (Stand 25.06.2012).

Insgesamt lässt sich der Trend hin zum digitalen Wandel für alle sechs Typen feststellen. So zeigt auch Abbildung 3 sehr deutlich, dass die *Digitalen Außenseiter* eine immer

⁴⁷⁴ Vgl. Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011, S. 13.

kleinere Gruppen werden. die Gegengruppen der *Digitalen Profis* und *Digitalen Avantgarde* wachsen aber nicht analog dazu. Es lässt sich eine Zunahme vor allem in der Gruppe der *Trendnutzer* feststellen, die den wachsenden Mehrwert für ihre Freizeit entdecken und zu schätzen wissen.⁴⁷⁵ Die Gruppen werden in der Studie für die Untersuchung von sozialen Netzwerken weiter zusammengefasst in *Digital Souveräne* (Trendnutzer, Digitale Profis und Digitale Avantgarde) und *Digital wenig Erreichte* (Digitale, Außenseiter, Gelegenheitsnutzer und Berufsnutzer).⁴⁷⁶ Vor allem hier finden sich die omnimedialen Gesellschaftsstrukturen, die eine selbstverständliche Nutzung der sozialen Netzwerke und Web 2.0-Möglichkeiten gegen eine wenig Online aktive Nutzerschaft stellt. Es sind vor allem die *Digital Souveränen*, die durch aktive Sportlichkeit und besonders ausgeprägte soziale Strukturen einer bisherigen Unterstellung sozialer Vereinsamung des monothematischen Einzelgängers gerade das Gegenteil beweisen.⁴⁷⁷

Naturgemäß surfen die Digital Souveränen wesentlich häufiger in ihrer Freizeit im Internet als die Digital wenig Erreichten, sie sind aber gleichzeitig auch sportlich aktiver (sowohl im Einzel- wie auch im Mannschaftssport), gehen häufiger aus und musizieren häufiger. Die Digital wenig Erreichten verbringen ihre Zeit zu Hause etwas mehr mit Fernsehen oder Lesen, sind aber auch häufiger beim Spaziergehen oder Wandern in der Natur anzutreffen. Auch beim ehrenamtlichen Engagement haben sie leicht die Nase vorn.⁴⁷⁸

Insbesondere die digitalen Medien treiben also mit ihrer zunehmenden Mobilisierung auch die Omnimedialisierung der Gesellschaft stark voran. Vor dem Hintergrund digitaler Gräben, der Digitalisierung der Lebensbereiche und dem Wandel der gesellschaftlichen Strukturen hat sich daher auch die Milieuforschung verstärkt diesem Trend der Mobilität von Kommunikation und Medien widmen müssen. Hierzu lässt sich übergreifend feststellen, dass sich digitale Milieus vor allem durch ihren kommunikativen Umgang in Hinsicht auf systemisches Wissen und persönlicher impliziter Anwendung innerhalb des individuellen Horizonts auszeichnen.

Aus den Beobachtungen der Sinus-Milieus in Deutschland lassen sich drei grundlegenden Tendenzen der bisherigen Entwicklung ableiten: (1) Die Öffnung des sozialen Raumes, die höhere Bildung und der zunehmenden Mobilität und Anschlussfähigkeit ermöglicht neue Entfaltungs- und Entscheidungsmöglichkeiten. Damit einhergehend

⁴⁷⁵ Vgl. Initiative D21 e.V.: Digitale Gesellschaft 2011, S. 19.

⁴⁷⁶ Ebd., S. 24.

⁴⁷⁷ Vgl. ebd., S. 25.

⁴⁷⁸ Ebd., S. 25.

kommt es (2) zur Überforderung durch den Wandel in allen Bereichen des Lebens, die eine allgemeine Verunsicherung und Entwurzelung aus bisherigen Traditionen und Standards verursacht. Aus dieser stetigen Suche nach Vergewisserung der gültigen Werte formiert sich eine (3) kosmopolitische Elite, die das Auseinanderdriften und die Fragmentierung der individuellen Lebenswelten erkannt hat und sich davon abhebt.⁴⁷⁹

Mit zeitgenössischen Beobachtungen wie dem Arabischen Frühling, wird sichtbar, dass tradierte Strukturen durch omnimediale Kommunikation aufgebrochen werden und sich Kultur und Werte durch den verstärkten Austausch einem gesellschaftlichen Wandel öffnen – notfalls auch mit den Mitteln der Revolution und Proteste.⁴⁸⁰

Auch die Sinus-Milieustudien zeigen deutlich, dass länderübergreifende Veränderungen der jeweiligen Sozialstruktur bereits stattgefunden haben und dass das Auseinanderdriften der Lebenswelten eine Neuinterpretation der bisherigen Werte und Systeme erforderlich gemacht hat.⁴⁸¹ Da solche Milieustudien bisher nur den Stand des jeweiligen Landes abbilden, werden auch hier Anpassungen vorgenommen, um eine bessere Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Auf diese Weise versuchen die Institute und Forschungseinrichtungen der Globalisierung gerecht zu werden und bilden Meta-Milieus über Ländergrenzen hinaus, die wiederum versuchen die grundlegenden Mustern als Milieu-Gesamtbild zusammenfassend sichtbar machen zu können:

Im interkulturellen Vergleich stellt sich dann aber doch heraus, dass es 'Gruppen Gleichgesinnter' (Meta-Milieus) auch über Ländergrenzen hinweg gibt. Quer durch Europa lassen sich gemeinsame Muster identifizieren: in den Wertorientierungen, den Lebensstilen und bei den Konsumpräferenzen. Und nicht selten ist dabei festzustellen, dass Menschen aus verschiedenen Ländern, aber vergleichbaren Milieus, mehr miteinander verbindet als mit dem Rest ihrer Landsleute.⁴⁸²

Die Folgen des Wandels sind also keineswegs nur auf einzelne Länder beschränkt, sondern zeigen übergreifend ähnliche Auswirkungen. Dies untermauert die Annahme, dass eine Teilung in Medienhersteller und -nutzer – so gleichlautend die dritte These dieser Arbeit – an den sozialen Status gekoppelt bleibt. Mit der zunehmenden technischen und intellektuellen Komplexität in der Kommunikationsverarbeitung von omnimedialen Ge-

⁴⁷⁹ Vgl. zu den Ableitungen SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH: Information zu den SINUS-Milieus 2011. Stand 04/2011. S. 17. http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/Informationen_Sinus-Milieus_042011.pdf (Stand: 22.03.2012).

⁴⁸⁰ Dabashi, Hamid: The Arab Spring. The End of Postcolonialism. London/New York 2012.

⁴⁸¹ Vgl. SINUS-Milieus 2011, S. 20.

⁴⁸² Vgl. ebd., S. 22.

sellschaften entsteht die Notwendigkeit einer Spezialisierung auf Teilbereiche. Ein Universalwissen um alle Details des Systems ist nicht möglich. Aus diesem Grund laufen Programmierung, Codierung, Bereitstellung und Aufbereitung von Inhalten getrennt von den reinen Nutzern dieser Angebote. Damit teilt sich das Verhältnis von *Programmierer* und *Anwender* mit dem individuellen Wissenshorizont in Fachbereiche auf. Ein solcher Status ist keine trennscharfe Entscheidung des Einzelnen, sondern leitet sich aus der persönlichen Lebensgeschichte, dem Spezialisierungsgrad und der Medienkompetenz ab. Zugang und Umgang zu Bildungssystemen, finanzielle Mittel oder die Herkunft eines Gesellschaftsmitgliedes tragen zur Vorauszeichnung eines individuellen Werdegangs bei. Die Teilung in Medienhersteller und -nutzer bleibt damit nach wie vor an den sozialen Status gekoppelt, da mit der steigenden Entsolidarisierung und der zunehmenden Individualisierung der omnimedial gewordenen Gesellschaft in den Unterschichten eine Prekarisierung zunimmt.⁴⁸³ Die gesellschaftliche Mitte zerfällt in ausdifferenzierte Subsegmente und integriert sich in eine vernetzte Gesellschaftsstruktur, die von einer digital-funktionalen Elite kommunikativ angeführt wird.

Zusammenfassend für das gesamte Kapitel kann festgehalten werden, dass sich unser mediales und soziales System zum omnimedialen Gesellschaftssystem entwickelt hat. Wichtige Voraussetzung hierfür ist neben dem Zugang zum Internet auch eine ausgeprägte mediale Kompetenz, um am sozialen Alltag der Gesellschaft teilhaben zu können. Die stetige Verfügbarkeit von Wissen in medialen Kommunikationskanälen führt mit der Omnipräsenz aller Informationen zu einer überbordenden Menge an Inhalten und verliert damit an Übersichtlichkeit. Alte Medien können mit dieser Fülle nicht mehr umgehen. Ebenso steht die gesellschaftliche Kommunikation durch alte Medien vor kommunikativen Engpässen und medialer Überforderung.

Der „information overload“⁴⁸⁴ benötigt eine Komplexitätsreduktion mit struktureller Filterung und reduziertem Zugang zu weiterführenden Inhalten. Diese Ausgangslage unterstützt die zweite These dieser Arbeit, die als Initiator einer Komplexitätsreduktion die integrierte Kommunikation im omnimedialen System identifiziert. Da alte Möglichkei-

⁴⁸³ Vgl. zur Entsolidarisierung und Prekarisierung SINUS-Milieus 2011, S. 20.

⁴⁸⁴ Vgl. Carlson, C.N.: Information overload, retrieval strategies and Internet user empowerment. Helsinki 2003. In Conference Paper: The Good, the Bad and the Irrelevant (COST 269), Helsinki, 3 - 5 September 2003. Media Lab UIAH, S. 169-173.

ten der Kommunikationskanäle häufig nicht komplex genug für neuen Herausforderungen weiterentwickelt werden können, substituieren neue Medien in umfassender Weise die Funktionen der bisherigen medialen Kommunikationssituationen. Mediale Engpässe werden auf diese Weise entschärft und der Kommunikationsfluss in der Gesellschaft wird sichergestellt. Die Komplexitätsreduktion durch neue Medien zur Beseitigung von kommunikativen Engpässen oder der Kanalisierung von Informationsfluten hat als Nebeneffekt der Reduktion aber eine vermehrte Kommunikation zur Folge. Diese wiederum erhöht an anderer Stelle die Komplexität. Mit der Reduktion durch integrierte Kommunikation kann also nur kurzfristig ein reduzierter Komplexitätsgrad erreicht werden.

Die Mediatisierung zur omnimedialen Gesellschaft differenziert die Bereiche mit systemischen Trennungen in mediale Milieus. Allein der Zugang zum Internet kann hier als Beispiel milieuspezifischer Mediatisierung herangezogen werden. Der sogenannte Digital Divide nimmt auch Einfluss auf Ausbildung und Tiefe der Medienkompetenz, die den individuellen Lebensweg entscheidend prägt. Macht, Anerkennung, gemeinschaftliches Zusammenleben und berufliche Laufbahn sind in einer omnimedialen Gesellschaft stark von einer persönlichen Medienkompetenz abhängig. Es konnte damit gezeigt werden, dass soziale Grundbedürfnisse, wie soziale Kontakte und das Streben nach Macht (im Sinne medial legitimierter Einflussnahme) sich individuell in Umgang und Funktion einer persönlichen Mediennutzung widerspiegeln.

Es wurde gezeigt, dass der Stellenwert medialer Kompetenzen für den sozialen Alltag der Gesellschaft ein wichtiges Faktum auch für die gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen darstellt. Den bisherigen Unterscheidungen digitaler Gräben wurde ein soziomedialer digitaler Graben hinzugefügt, der diese Medienkompetenz als erweitertes Unterscheidungs- und Klassifizierungsmerkmal definiert. Dies war nötig, da neben dem Zugang und der Nutzbarmachung des Internets auch eine Medienkompetenz entscheidend für den persönlichen Lebensweg ist. Nur mit einer ausgeprägten Kompetenz ist es möglich, sich im vernetzten kulturellen und sozialen Alltag einer omnimedialen Gesellschaft zurechtzufinden und an den lebenswichtigen Diskursen teilzunehmen. Vor allem das Machtmotiv mit medialer Kompetenz konnte mit der vierten These – Macht hat, wer prominent in den Medien präsent ist – mit diesen Entwicklungen fundiert werden. Weitere Beispiele für diese These wurden mit Enthüllungsskandalen aus Internet-

Plattformen, Massendemonstrationen über soziale Netzwerkkommunikation oder Gleichschaltungsphänomene fernöstlicher Medienpresse herangezogen. Die Folgen des sozialen Wandels lassen sich aber nicht nur für einzelne Länder oder Regionen feststellen. Es konnte gezeigt werden, dass eine Teilung in Medienhersteller und -nutzer – so die gleichlautende dritte These dieser Arbeit – an den sozialen Status gekoppelt ist. Die massenmediale Kommunikation operiert dabei als Organisationsprinzip der digitalen Gesellschaft.

Am Mediensystem lassen sich der Status einer Gesellschaft und die aktuelle Ausformung ableiten, was den Rückschluss auf einen omnimedialen Systemzustand zulässt. Der festgestellte Digital Divide macht den hohen Stellenwert des Zugangs zu Information und Wissen deutlich. Die Ausbildung einer Medienkompetenz ist damit stark von internetbasierter Medienkommunikation abhängig. Auf diese Weise wird die Teilung von Medienherstellern und Nutzern mit dem sozialen Status verbunden. Der Zugang zum Internet, der Umgang mit Information und Wissen, sowie die finanziellen Bedingungen sind damit konstitutiv für eine omnimediale Gesellschaft. Ebenfalls wird mit einer zunehmenden Entsolidarisierung und Individualisierung eine Partizipation in der omnimedialen Gesellschaft vor allem in ärmeren Bevölkerungsschichten weiterhin prekariert. Die extreme technische und intellektuelle Komplexität einer omnimedialen Gesellschaft erfordert eine Spezialisierung in Teilbereiche, die das Verhältnis von *Programmierern* (Hersteller) und *Anwendern* (Nutzer) mit dem individuellen Wissenshorizont in Fachbereiche aufteilt. Welche Position letztlich eingenommen werden kann, hängt auch vom sozialen Status und der persönlichen Lebensgeschichte ab. Auch unterstreicht die Herausbildung einer funktionalen Führungselite omnimedialer Kommunikationsprofis die Teilung in Medienhersteller- und -nutzer.

Aktuelle Beispiele einer omnimedialen Organisationsstruktur können im politischen Zeitgeschehen mit arabischen Aufständen (Arabischer Frühling), ebenso wie Bildungs- und Förderungsprogramme der Bundesregierung zur Medienkompetenz von Schulkindern herangezogen werden. Auf diese Weise kann herausgestellt werden, wie sich eine omnimediale Gesellschaft entwickelt hat. Mit diesen Voraussetzungen soll nun die Beschaffenheit einer omnimedialen Gesellschaft genauer beschrieben werden, was Gegenstand der nachfolgenden Kapitel sein wird.

4. Die omnimediale Gesellschaft

Der Begriff der *Omnimedialität* bezieht die Wechselwirkung zwischen Medien/Massenmedien und Gesellschaft/Individuen in die Beobachtung des gesellschaftlichen Wandels mit ein. Damit können technische, soziale, kulturelle und gesellschaftliche Evolutionen gleichermaßen auf einer Metaebene als Äußerungen der neuen Gesellschaftsform identifizieren werden. Soziokulturelle Effekte sind damit nicht nur als technisch getriebene Evolutionsprozesse zu bewerten, sondern zeigen vor allem auch die Interdependenzen von gesellschaftlicher und omnimedialer Kommunikation. Das veränderte Kommunikationsverhalten fordert für die Beobachtung einer omnimedial agierenden Gesellschaftsform einen stärker praxistheoretischen Ansatz, der die übergreifenden Nutzungsweisen auf abstrahierter Gattungsebene erfassen kann.⁴⁸⁵ Dem folgend wird der Wandel in Bezug auf das Identitäts-, Beziehungs- und Informationsmanagement in den Fokus der Betrachtung gerückt.

Parallel zu technischen Entwicklungen und modernen elektronischen/digitalen Kommunikationsmöglichkeiten hat sich erst mit den Möglichkeiten der neuen Mediensysteme eine omnimedial agierende Gesellschaft entwickelt. Sie bedient sich rund um die Uhr aller Medien, bestimmt ihre Inhalte mit und differenziert deren Funktion im jeweiligen System kontinuierlich.

Die omnimediale Gesellschaft wird demnach definiert als die globale Symbiose medialer Vernetzung aller Bereiche menschlichen Lebens durch Kommunikation. Damit ein genaueres Bild der omnimedialen Gesellschaft gezeichnet werden kann, ist es sinnvoll, grundlegende Motive und Strukturen der bisherigen Gesellschaft zu betrachten. Denn die omnimediale Gesellschaft ist eine Weiterführung tradierter Gesellschaftsformen und Strukturen und basiert daher auch teilweise auf diesen Prinzipien. Diese Fortschreibung gilt es mit der omnimedialen Entwicklung genauer zu beschreiben.

Gemeinschaftsfähigkeit und gemeinsamer Wille werden in der Soziologie als Grundvoraussetzungen einer jeden Gesellschaft angesehen. Tönnies berühmte Unterscheidung von Gemeinschaft und Gesellschaft stellt dabei für die Bündnisse einer Gesellschaft eines eindeutig heraus:

⁴⁸⁵ Vgl. Schmidt, Jan: Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. Konstanz 2009.

Keiner wird für den andern etwas tun und leisten, keiner dem andern etwas gönnen und geben wollen, es sei denn um einer Gegenleistung oder Gegengabe willen, welche er *seinem* Gegebenen wenigstens *gleich* erachtet. Es ist sogar notwendig, dass sie ihm willkommener sei, als was er hätte behalten können, denn nur die Erlangung eines Besser-Scheinenden wird ihn bewegen, ein Gutes von sich zu lösen.⁴⁸⁶

Durch soziales Handeln der Gesellschaftsmitglieder entsteht ein soziales Kapital. Dieser grundlegende gemeinsame Konsens einer produktiven Gemeinschaft bildet ein soziales Kapital mit materiellem Tauschwert innerhalb einer Gesellschaft. Ein solches Kapital vermehrt sich auch über effiziente soziale Netzwerke der Gesellschaftsmitglieder. Das soziale Kapital kann dann für die persönlichen Vorteile eingesetzt werden. Die Verfügbarkeit und Menge dieser Ressource wird als wichtiger Aspekt einer florierenden Ökonomie verstanden, die einen Vertrauensvorschuss erzeugt und damit soziale Kohäsion fördert, die wiederum eine verstärkte Konkurrenzfähigkeit impliziert.⁴⁸⁷ Auf diese Weise werden auch gemeinsame Normen, Werte, Förderungen und Solidaritäten ausgebildet, die die gesellschaftsspezifische Interaktion begründen.

Mit der Zunahme und Ausweitung der Vernetzung wird auch eine demokratische Individualisierung gefördert, die pluralistische Lebensstile zulässt. Durch zunehmende Fragmentierung wächst aber auch das Risiko, dass sich einzelne Gruppierungen aus dem gesellschaftlichen Kontext lösen bzw. aus diesem Kontext herausfallen. Mit einer solchen Ausdifferenzierung wird dann auch das Gemeinwohl bzw. die Harmonie der Gesellschaft gestört. Es bildet sich eine Diskrepanz zwischen der Realisierung persönlicher Interessen und dem gesamtgesellschaftlichen Zusammenleben, die als Bedrohung wahrgenommen werden kann. Dies gilt insbesondere bei radikalen Gruppierungen, deren Interesse in der Allgemeinheit notfalls auch mit Gewalt durchgesetzt werden soll, um dadurch vorherrschende Machtverhältnissen ins Wanken zu bringen. Solange jedoch der Großteil einer Gesellschaft nach stabilen Formen des gemeinschaftlichen Zusammenlebens strebt, können Gewalttaten weitgehend eingedämmt, sichere Familienverhältnisse aufgebaut und letztlich die Lebenszufriedenheit aller Gesellschaftsmitglieder erhöht werden.

⁴⁸⁶ Tönnies, Ferdinand: Gemeinschaft und Gesellschaft. Darmstadt 1991, S. 34 [Hervorhebungen im Original].

⁴⁸⁷ Vgl. Mayer, Margit: Soziales Kapital und Stadtentwicklungspolitik. Lokale Politik, soziales Kapital und Bürgergesellschaft. Opladen 2001.

Die heutige Gesellschaft hat sich durch die omnimediale Kommunikationsvernetzung medialen Einflüssen geöffnet. Sie fordert damit zunehmend globale Lebensstile und eine höhere Lösungskompetenz durch gestiegene Komplexitätsanforderungen. Sie zeichnet sich aufbauend auf dem Wissen der vorangegangenen Gesellschaftsphasen insbesondere durch die Omnimedialisierung von Kommunikation aus. Die omnimediale Gesellschaft wird beschrieben als globale Symbiose medialer Vernetzung aller Bereiche menschlichen Lebens durch Kommunikation. Kosmopolitische Lebensstile sind hier ebenso prägend wie multikulturelle Handlungsweisen. Auffällig dabei ist, dass ein gestiegenes Maß an Aufwand und Leistung benötigt wird, um sich im Umfeld globalen Wettbewerbs zu behaupten.

Eine omnimediale Kommunikationsvernetzung ist keineswegs frei von Brüchen. Die Mehrdimensionalität der omnimedialen Ausformung hat durchaus ambivalente Tendenzen. Einerseits werden die menschliche Wahrnehmung, die Denkweise und das Handeln durch die Omnimedialität gewandelt, andererseits wandelt dies auch unmittelbar die Vernetzung und Kommunikation. Einen Bruch erfährt diese Symbiose in Form von Dissonanzen omnimedialer Individualisierung, die neben der Verschmelzung großer Teile erst neue, eigenständige Bereiche des Lebens schaffen. Transnationale Unternehmen sind im Zuge der Globalisierung und vernetzten Mediatisierung beispielsweise mit internationalen Märkten und Wirtschaftsbereichen stärker verflochten als je zuvor. Hier werden nicht nur reelle und virtuelle politische Strukturen beeinflusst, sondern auch die Politik der einzelnen Staaten wird mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Gesicherte Arbeitsplätze, sozialer Wohlstand und niedrige Produktionskosten spielen für alle Beteiligten eine elementare Rolle.

Es wird in allen Lebensbereichen nach Effizienzprinzipien gehandelt. Unternehmen suchen sich den strategisch günstigsten Ort auf der ganzen Welt aus, produzieren aber dort, wo es besonders günstige Rahmenbedingungen gibt und verkaufen am Ende am lukrativsten Markt mit der höchstmöglichen Gewinnspanne. Auch der Geldfluss ist nicht auf einzelne Staatsgrenzen angewiesen und fließt am globalen Kapitalmarkt in allen Währungen rund um den Globus. Die engmaschige Vernetzung ist in Zeit einer Krise aber durchaus nachteilig, da sich Probleme flächendeckend ausbreiten und einen Dominoeffekt auslösen können. Gerade dieses enge Zusammenkommen internationaler Gemeinschaften brachte die Weltwirtschaftskrise (2007 - 2009) bis in die heimischen

Wohnzimmer. Spannend war die Tatsache zu beobachten, dass ursprünglich getrennte Machtinstanzen zwischen Staat und freier Wirtschaft wieder auf eine Regulierungen der Märkte zurückgreifen mussten, um einen kompletten Systemkollaps der globalen ökonomischen Gemeinschaftsstrukturen zu verhindern.

Und dieser Trend setzte sich auch im Jahr 2012 fort, indem milliardenschwere Rettungsschirme für ganze Staatengemeinschaften zusammengesellt werden müssen, um eine Selbstregulierung der Märkte in Form des Zusammenbruchs zu verhindern. Ziel all dieser Aktionen ist es letztlich, die mühsam aufgebauten Strukturen der Wohlstandskultur aufrecht zu erhalten. Gemeinschaftswährungen symbolisieren damit nicht nur eine Zugehörigkeit zu einem Staatenbund, sondern auch den solidarischen Schulterschluss, sich in Krisenzeiten für dieses Bündnis einzusetzen.

Staat und Wirtschaft haben ein zunehmendes Interesse daran, im umfassenden kommunikativen Austausch zu bleiben und der Basis ihrer Macht ein gesichertes Umfeld zu bieten. So stehen auch die unterschiedlichsten Bereiche dieser Gemeinschaften vor kommunikativen Herausforderungen, indem sie sich dem verstärkten Informationsbedarf und Wissenswillen der omnimedialen Gesellschaft stellen müssen. Dabei muss der multimediale Dialog größtmögliche Transparenz ihres Handelns ermöglichen.

Wirtschaft, Politik, Kultur und Kunst haben deshalb eine Gemeinsamkeit: sie stehen heute in einem verstärkten Kommunikationswettbewerb. Die Parallelisierung von Kommunikation als omnimediale Diskurse stellt die bisherige staatliche Ordnung zunehmend in Konkurrenz zu wirtschaftlichen Kommunikationsmechanismen. Politiker werden zu Marken, Unternehmen werden zu Marken, Menschen werden zu Marken. Kommunikation dient verstärkt zur Selbstdarstellung und Identitätsfindung, um im Markenwettbewerb Bestand zu haben. „Die Schaffung einer Marke ist nicht nur ökonomisch wünschenswert, sie hat auch erhebliche politische und strategische Implikationen.“⁴⁸⁸

Gerade politische Kommunikation und unternehmerische Markenführung versuchen, Kommunikation für eine identitätsorientierte Markenführung zu instrumentalisieren. Dennoch gibt es gravierende Unterschiede in der kommunikativen Herangehensweise.

⁴⁸⁸ Ham, Peter van: Die neue S-Klasse. Image ist alles: Der Aufstieg des Markenstaates. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 199, 30. August 2001, S. 13.

Werbliche Kommunikation bei Unternehmen orientiert sich vornehmlich an markenrelevanten Werten, die auf einen langfristigen Zeithorizont angelegt sind. Politische Kommunikation scheint sich darauf spezialisiert zu haben, die Gesellschaft bzw. potentielle Wählerschaft über die Pläne der Gegenpartei zu verunsichern, um so kurzfristig vor Wahlen messbare Sympathie und Bekanntheit für die eigene Partei zu steigern.⁴⁸⁹ Eine langfristige Wählerbindung ist nur sehr eingeschränkt erkennbar. Zielsetzung politischer Kommunikationskampagnen ist schließlich die qualitative und quantitative Platzierung der parteipolitischen Themen in möglichst allen Medien.⁴⁹⁰ Wo Unternehmen sachlich, materiell oder technisch argumentieren können, muss politische Kommunikation mit Fiktionalem und Inszeniertem arbeiten. Hier spannt sich der Bogen erneut zur integrierten Kommunikation markenorientierter Unternehmensführung. Doch was versteht man eigentlich unter integrierter Kommunikation genau?

Das Konzept integrierter Kommunikation hat sich in einschlägiger Fachliteratur der Unternehmens- und Markenführung bereits etabliert, kann aber aus wissenschaftlicher Sicht nicht auf eine einheitliche Definition zurückgeführt werden. Manfred Bruhn hat für sein Begriffsverständnis folgende Merkmale festgelegt, die seine Aspekte der Begriffsdefinition zugrunde legen:

(1) Integrierte Kommunikation ist ein Ziel der Kommunikation. Es wird angestrebt, die Kommunikationsarbeit so auszurichten, dass eine strategische Positionierung des Unternehmens bzw. eines anderen Bezugsobjektes der Kommunikation im Kommunikationswettbewerb möglich wird und die Kommunikation als Wettbewerbsfaktor und integraler Bestandteil der Marketingstrategie genutzt werden kann.

(2) Integrierte Kommunikation ist ein Managementprozess, bei dem die Kommunikationsaktivitäten in eine bestimmte Richtung hin zu analysieren, zu planen, zu organisieren, durchzuführen und zu kontrollieren sind. Notwendig dafür sind spezielle Methoden der Analyse, Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle, die die Integration ermöglichen.

(3) Integrierte Kommunikation umfasst sämtliche internen und externen Kommunikationsinstrumente. Um die unterschiedlichen Kommunikationsinstrumente sinnvoll zu integrieren, sind deren spezifische Funktionen, Aufgaben und Beziehungsstrukturen genau zu erfassen und zu analysieren.

(4) Integrierte Kommunikation ist darauf ausgerichtet, eine Einheit in der Kommunikation zu schaffen, in die die einzelnen Kommunikationsinstrumente integriert werden. Diese Einheit stellt

⁴⁸⁹ Eine umfassende Arbeit zur Thematik „Politische Kommunikation“ hat Hans Peter Ketterl 2004 verfasst. Ketterl stellt darin zahlreiche Überschneidungen von werblicher und politischer Kommunikation heraus. Ketterl, Hans Peter: Politische Kommunikation. Analysen und Perspektiven eines sicher verändernden Kommunikations-Genres. Inauguraldissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität. München 2004.

⁴⁹⁰ Vgl. Ebd., S. 405.

die Zielrichtung und den Orientierungsrahmen für die Integration sämtlicher Kommunikationsinstrumente dar.

(5) Integrierte Kommunikation ist darauf ausgerichtet, die Effizienz der Kommunikation zu steigern. Die Wirksamkeit der integrierten Kommunikationsarbeit ist daran zu messen, ob durch den gemeinsamen Auftritt Synergiewirkungen erzielt wurden und damit ein verbesserter Einsatz des Kommunikationsbudgets erfolgt.

(6) Integrierte Kommunikation ist im Ergebnis darauf bezogen, ein einheitliches Erscheinungsbild bei den Zielgruppen zu erzeugen. Durch prägnante, in sich widerspruchsfreie und damit glaubwürdige Kommunikation kann das Entscheidungsverhalten von Konsumenten positiv beeinflusst werden.

(7) Integrierte Kommunikation ist die Voraussetzung für die relevante Markenstrategie eines Unternehmens. Diese Markenstrategie ist eine vorgelagerte strategische Marketingentscheidung, der die Kommunikationsplanung zu folgen hat.⁴⁹¹

Bruhn setzt also auf instrumenteller Ebene eine Vernetzung aller „kommunikationspolitischen Aktivitäten mit den Maßnahmen anderer Kommunikationsinstrumente voraus.“⁴⁹² Weiter konstatiert er:

Ausgangspunkt der interinstrumentellen Integration bildet idealerweise die Schaffung einer Kommunikationsplattform, die den Mittelpunkt verschiedener Kommunikationsinstrumente bildet, die inhaltlich, formal und zeitlich aufeinander abgestimmt werden.⁴⁹³

Besonders hervorzuheben ist hierbei die Trias der inhaltlichen, formalen und zeitlichen Verbindung zur erfolgreichen Kommunikation. Gerade diese drei Kategorien definieren den Etablierungsgrad neuer Medien in einer gewachsenen Forderung nach Individualität. Gelingt die Koordination aller drei Faktoren nicht, so kommt es zu kommunikativen Defiziten. Die Kommunikationslandschaft hat in der Vergangenheit gelernt mit einer individuellen beziehungsorientierten Kommunikationspolitik den Anforderungen einer omnimedial agierenden Gesellschaft gerecht zu werden.

Die Neubewertung der Funktionsweise bisheriger Kommunikationsinstrumente erfordert nun ein Umschwenken hin zu interaktiv ausgerichteten und dialogorientierten Möglichkeiten medialer (Co-)Autorschaft der Adressaten. Zielgerichtete Ansprache ist dank der Massenmedien relativ einfach möglich. Durch die Vielfalt der kostengünstigen Kommunikationskanäle technischer Medien erreicht man in kurzer Zeit eine große Zahl an Adressaten. Eine personalisierte, individualisierte und individuierte Adaption kommunikativer Botschaften wird mehr denn je in einer omnimedialen Gesellschaft gefor-

⁴⁹¹ Vgl. Bruhn: Integrierte Kommunikation, S. 30.

⁴⁹² Ebd., S. 37.

⁴⁹³ Ebd., S. 37.

dert. Durch die immer enger werdende Vernetzung dient das Nutzungsverhalten in der Medienlandschaft als wertvolle Ressource für das Sammeln intimer Daten.

Wie bereits in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben, überfordert die Verknüpfung des Wissens der Menschheit zu einer allzeit verfügbaren Unendlichkeit die Begrenztheit der Nutzer. Daher wirkt – und das bestärkt die zweite These der vorliegenden Arbeit erneut – integrierte Kommunikation als Initiator von Komplexitätsreduktion für die kommunikative Überforderung. In diesem Kontext fußt auch der Diskurs rund um aktive oder passive Interaktion und unterstreicht die darin immanente Komplexitätsreduktion. Die geradezu heilsversprechende Postulierung des Begriffs der *Interaktivität*⁴⁹⁴ paradigmatisiert eine Passivität dem medienhistorisch früheren Stadium. Alte Medien wie das Buch werden somit als passives Lesen einer hypertextuellen Querverbindung mit aktivem Verknüpfen, wie es z. B. in eBooks möglich ist, gegenübergestellt. Eine aktive Lektüre emanzipiert durch hypertextuelle Vernetzung den Leser und verspricht eine Dezentrierung, Dissemination und Dekonstruktion durch „aktiv selektierendes und damit lesergesteuertes Lesen.“⁴⁹⁵

Einen großen Einfluss auf mediengesellschaftliche Kommunikationsformen in der Lesart hypertextueller Vernetzung und deren Wirkungsweise für anschlussfähige Formen nehmen deshalb ökonomisch motivierte Kommunikationsinhalte ein. Werbung oder Public-Relations-Kommunikation im Sinne einer umsatzorientierten Unternehmenskommunikation haben die Forschung im Bereich von interaktiver Kommunikation in den letzten Jahren massiv vorangetrieben. Vor allem wirtschaftliche Interessen finanzieren dabei Studien, um die Einbeziehung aller denkbaren Kommunikationsprozesse aus den kommunizierenden Mediensystemen mit dem Ziel größtmöglicher manipulativer Einflussnahme auf die Empfänger durch zielgerichtete Kommunikation zu erforschen. Doch in der Praxis von Marketing und Werbung erweist sich das als äußerst schwieriges

⁴⁹⁴ Lange wurde der Begriff der Interaktivität als *das* Schlagwort zukunftssträchtiger Literalität gewertet. Heute begegnet man zunehmend kritischen oder mythologisch diskutierten Sichtweisen über neue Medien. Vgl. hierzu Aarseth Aarseth, Espen J.: *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore 1997, S.45ff; Manovich, Lev: *The Language of New Media*. Cambridge/London 2001, S. 55ff.; Diskussionen rund um der Begriff der Interpassivität siehe Pfaller, Robert (Hrsg.): *Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen*. Wien/New York 2000.

⁴⁹⁵ Wingert, Bernd: *Die neue Lust am Lesen? Erfahrungen und Überlegungen zur Lesbarkeit von Hypertexten*. In: Bollmann, Stefan (Hrsg.): *Kursbuch neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur*. Mannheim 1995, S. 113. Wingert verweist hier eindeutig auf Vilem Flussers Konzept.

Unterfangen. Vor allem im Hinblick auf eine omimedial agierende Kommunikationsgesellschaft wird der stark begrenzte Manipulationscharakter für eine Gesamtheit an Kommunikationsmöglichkeiten deutlich. Plakative Versuche von Unternehmen zur kommunikativen Einflussnahme werden leicht von den Nutzern als solche enttarnt und können schnell Gegenreaktion hervorrufen. In jüngster Zeit lässt sich beobachten, dass sich solche Reaktanzen verstärkt im Internet auf sozialen Netzwerken oder Blogs als sogenannter Shitstorm⁴⁹⁶ entladen.

Im Sinne eines imagebewussten Markenmanagements wird daher versucht, nicht nur durch Absenderbotschaften Einfluss zu nehmen, sondern die Rezipienten selbst dazu zu bewegen, möglichst im Unternehmenssinn den Kommunikationsprozess mit entsprechenden Schlüsselmotiven positiv zu belegen und aktiv zu gestalten. Der aktive Beteiligungsprozess aller Kommunikationsteilnehmer – angestoßen durch hyper- und intermediale markenrelevante Kommunikation des Absenders – lässt sich dabei nicht absolut steuern. Mit der kommunikativen Überforderung und den vertrauensabhängigen Mediensystemen entsteht der Drang nach Neustrukturierung bzw. Anpassung bestehender Inhaltsfilter und Selektionsparameter für Kommunikationsinhalte. Die Komplexitätsreduktion zur Konzentration des Überangebots von medialer Kommunikation wird unumgänglich. Als Instrument einer operativen Komplexitätsreduktion bietet sich integrierte Kommunikation an, da hier in wiederkehrender Form auf eine oder wenige Kernbotschaften reduziert werden kann. Der gesteigerte quantitative Absatz dieser Informationen erhöht die Rezeptionshäufigkeit und potenziert damit auch die Chance replikativer Festigung im Sinne eines vertrauungsgesteigerten Wahrheitsgehaltes der kommunizierten Inhalte. Als Folge initiiert die integrierte Kommunikationsform eine zweite Komplexitätsreduktion in der Vertrauensprüfung des Quellmaterials innerhalb des Mediensystems. Wiederholte und in mehreren Medienkanälen integrierte kommunikative Aussagen erhöhen das Vertrauen in die Glaubwürdigkeit von Inhalten und können damit eher als anerkannte Meinung gelten. Eine massenhafte Penetration immergleicher Inhalte erhöht also letztlich die Chance zur Etablierung einer gewünschten Botschaft als öffentliche Meinung.

⁴⁹⁶ Als Shitstorm wird eine Empörungs- oder Protestwelle genannt, die sich im Internet mit zahlreichen Folgereaktionen als Schneeball-Effekt von negativen bis beleidigenden Kommentaren bewegen kann.

Eine ausgeprägte mediale Kompetenz ist aus heutiger Sicht ein existenzielles Kriterium, um in einer Mediengesellschaft wie der unsrigen präsent zu bleiben und ein vollwertiges Mitglied der sozialen Gesellschaft zu sein.⁴⁹⁷ Wer heute nicht omnimedial in Medien-netzwerken und -systemen kommuniziert, wird zum Außenseiter der Mediengesellschaft und damit auch zum Außenseiter einer sozialen Gemeinschaft. Eine heranwachsende „Generation Internet“⁴⁹⁸ ist mit den Mediensystemen bestens vertraut und integriert alle Kommunikation in jeglichen Lebensbereichen mittels Individualnutzung des Medienan-gebots. Der Ritus kultureller Aufnahme in die soziale Gesellschaft wird unter anderem auch über den Besitz und Umgang mit Kommunikationstechniken (bspw. Mobiltelefo-nen oder Computern) zelebriert und definiert. Dies reicht von der Anzahl an Beiträgen in Social Communities über dauerhafte Erreichbarkeit bis hin zum materiellen Besitz entsprechender Geräte, die soziale Anwendungen auch portabel machen.

Ein solches Verhalten fungiert als Index eines Status- bzw. Abgrenzungssymbols in der Zugehörigkeit zu einem bestimmten sozialen Milieu. Der soziale Druck zu omnimedia-ler Erreichbarkeit fordert, wie bereits in den vorherigen Kapiteln beschrieben, seinen Tribut. Neben einem belasteten Gefühlsleben können auch Phantom-Empfindungen auf-treten, die als Signal für psychischen Stress des kognitiven Systems gedeutet werden.

Etwa jeder dritte Handybesitzer (31 Prozent) hat manchmal das Gefühl, dass sein Handy klingelt oder vibriert, obwohl er weder einen Anruf noch eine SMS erhalten hat. 14-29-Jährige nehmen mit 49 Prozent deutlich häufiger solche Phantom-Anrufe wahr. Sie telefonieren und verschicken bzw. empfangen in der Regel häufiger SMS und haben das Vibrieren oder die Klingeltöne stärker ver-innerlicht. Bei den über 50-jährigen Handybesitzern nehmen dagegen nur 15 Prozent falsche Sig-nale wahr, bei den über 65-Jährigen 19 Prozent.⁴⁹⁹

Da unsere Sinneseindrücke mit der medialen Dauerversorgung nicht als Belastung für das Gefühlsleben empfunden werden soll, werden in der Werbung Produkte zunehmend mit einem sozialen Erlebniswert verbunden. Dies soll als Zusatznutzen die Vorstellung verstärken, das Produkt könne über seinen technisch-stofflichen Grundnutzen hinaus auch soziale Kontaktbedürfnisse befriedigen und positive Auswirkungen auf das eigene

⁴⁹⁷ Vgl. Kroeber-Riel, W./ Meyer-Hentschel, G.: Werbung - Steuerung des Konsumentenverhaltens. Würzburg 1982, S. 131.

⁴⁹⁸ Dieser Begriff wurde im März 2005 von einer Umfrage geprägt und avancierte schnell zum geflügel-ten Wort für Jugendliche zwischen 10-19 Jahren. Siehe hierzu Bauer Media KG: Generation Internet – Die 10- bis 19-Jährigen im Netz der vom März 2005. Es wurden alle 8,91 Millionen 10-19-Jährigen in Privathaushalten in Deutschland befragt.

⁴⁹⁹ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 40.

Leben haben. Werbliche Appelle an das Bedürfnis nach sozialem Kontakt funktionieren vor allem bei sozial auffälligen Produkten, deren Gebrauch vornehmlich in der Öffentlichkeit stattfindet. Hier hat sich in jüngster Zeit vor allem der Hersteller Apple Inc. mit seinen prestigeträchtigen, designorientierten und teuren Mobilgeräten einen Namen gemacht. Der Besitz und die Nutzung von Geräten wie dem iBook, dem iPhone oder dem iPad hat neben dem Kultstatus für die Fangemeinde vor allem ein massenfähiges Bedürfnis nach sozialer Anschlussfähigkeit bedient. Der Erfolg solcher Produkte und deren Lebensgefühl wundert in einer omnimedialen Gesellschaft nicht im Geringsten, gehört doch die ständige Positionierung des Individuums in der Gesellschaft zu den existenziellen Grundbestimmungen des Menschen.⁵⁰⁰

Als prominentestes Mediensystem und als Katalysator für die beschleunigte Wandlung hin zu einer omnimedialen Gesellschaft kann das Internet identifiziert werden. Durch die omnimediale Anbindung an kulturelle, religiöse, ökonomische und soziale Diskurse bleibt das moderne Individuum teilanonymisiert allerorten mit seiner Umwelt verbunden. Die zunehmende Vernetzung der verschiedenen Lebenswelten jedes Individuums über verschiedene Medienkanäle oder Medienverbundsysteme hinweg wird durch die rasante technische Entwicklung permanent vorangetrieben. Konsequenter Weise werden persönliche bzw. unmittelbar reale Erfahrung oder sinnliche Erlebnisse tendenziell reduziert oder teilweise virtuell substituiert.

Nur sehr selten ersetzen neue Medientechnologien bestehende Systeme. Denn mit der veränderten Möglichkeit bilden sich meist kaum ganz neue Fähigkeiten heraus. Vielmehr summieren die evolutionären Entwicklungen der Massenkommunikation bestehende Funktionen und deren Rezeption in neuen Technologien und ermöglichen so die individuelle und supplementäre Nutzung.⁵⁰¹ Damit vollzieht lediglich eine Umpriorisierung von bereits vorhandenen Wahrnehmungsvorgängen.⁵⁰²

⁵⁰⁰ Vgl. Faulstich, Werner: Beziehungskulturen. München 2007, S. 7.

⁵⁰¹ Engel, Bernhard/ Best, Stefanie: Mediennutzung und Medienbewertung im Kohortenvergleich. In: Media Perspektiven 11 (2001), S. 554-563, hier S. 563.

⁵⁰² Vgl. hierzu grundlegend Prokop, Dieter: Medien-Wirkungen. Frankfurt am Main 1981.

Die Berichterstattung der Medien hat sich global als autopoietisches formgebendes Prinzip⁵⁰³ entwickelt, das durch Selbstreferentialität geprägt ist. Die reflexive Grundausrichtung⁵⁰⁴ wird um eine markante Richtung verändert, die „ihre eigenen Elemente und damit auch ihre eigenen Strukturänderungen selbst produzieren.“⁵⁰⁵ Hierbei wird die systemimmanente Identität kontinuierlich autopoietisch konstruiert und schafft ein System zweiter Ordnung. Dieser Vorgang fördert im medialen System die partielle Adaption aller Programmbereiche in ihrer Geschlossenheit gegenüber anderen gesellschaftlichen Systemen.⁵⁰⁶ Die Folge dieser Geschlossenheit ist eine Etablierung von Eigengesetzmäßigkeiten innerhalb des Systems, das wiederum die Kontrolle von anderen gesellschaftlichen Systemen zunehmend erschwert.

Mit dem rasant wachsenden Angebot an technischen Kommunikationsmitteln, Innovationen und Informationen, steigt auch zunehmend das Misstrauen der Adressaten in die Botschaften. Als Folge leidet die Glaubwürdigkeit der Mediensysteme gegenüber den Botschaftsempfängern fundamental.⁵⁰⁷ Man bezeichnet dies als Reaktanz-Problematik. Im kommunikationstheoretischen Zusammenhang versteht man darunter die ablehnende, verschlossene Haltung des Informationsempfängers, welche ausgelöst wird durch den Glauben, zunehmend Beeinflussungszwängen der Absender zu unterliegen, die die eigene Meinungs- und Verhaltensfreiheit beschränken könnten.⁵⁰⁸ Effekte dieser Haltung sind „zapping“ (bspw. durch schnelles Wechseln der Programme im TV bei Werbeblöcken) oder „zipping“ (Überblättern von Werbeanzeigen). Doch nicht immer sind solche Reaktionen der Ausdruck des Ausschließens von Informationsmüll. Dieses Verhalten kann auch als Bereitschaft gewertet werden, mannigfaltige Umweltwahrnehmung zu praktizieren, um so den individuellen Lebenseindruck auszuweiten.⁵⁰⁹ Nicht die Medienangebote sind es, die bestimmen, was Menschen mit Ihnen machen, sondern der

⁵⁰³ Siehe zum Prinzip der Autopoesie grundlegend Maturana, Humberto/Varela, Francisco: Der Baum der Erkenntnis. Bern/München 1987, S. 50, 94ff. und 120ff.

⁵⁰⁴ Luhmann: Soziale Systeme., S. 31 und 601f.

⁵⁰⁵ Ebd., S. 478.

⁵⁰⁶ Luhmann spricht dabei von einer generellen Geschlossenheit basal selbstreferentieller Systeme. Vgl. ebd., S. 478.

⁵⁰⁷ Vgl. Palm, Carla: Medien im Sog der Politikrise. In: w&v, Nr. 8, 25. Februar 2000, S. 188.

⁵⁰⁸ Bente, Klaus: Productplacement. Entscheidungsrelevante Aspekte in der Werbepolitik. Wiesbaden 1990, S. 183 ff.

⁵⁰⁹ Der Begriff des *Surfens* hat in diesem Zusammenhang die Diskussion geprägt. Vgl. u. a. Scheffer, Bernd: „Küß die Aura, Laura!“, Mehr als ein Schlagwort: Surfen als Kulturtechnik der Zukunft. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 161, 16. Juli 1997, S. 11.

Mensch als wirklichkeitskonstruierende Instanz entscheidet selbst, was aus dem medialen Angebot gemacht wird. Die Prozesse der Interpretation und des Verstehens sind immer an kognitive Beobachter gebunden. Denn erst im Gehirn wird aus den medial kodierten Informationen auf Grundlage persönlicher Erfahrungen und Bildungshorizonte ein *Sinn* zugewiesen. Ohne Speichermedien mit allgemeinverständlicher Codierung der Inhalte geht auch immer Sinn verloren oder bleibt unzugänglich. Ohne Ordnung in der Datenflut wird man mit Information überhäuft und überfordert.

Noch zu Zeiten einer Gutenberg-Galaxis war eine fortwährende Präsenz individueller Kommunikationssysteme aller Gesellschaftsmitglieder aus rein technischer Sicht schlichtweg nicht realisierbar. Mit dem Internet erlangt der Potenzierungsgrad technisch machbarer Dauerpräsenz ein Stadium kontinuierlicher Verfügbarkeit jenseits räumlich/zeitlicher Beschränkung. In Deutschland bestehen beispielsweise nur noch minimale Zugangshürden, um Online auf Inhalte jedweder Art zugreifen zu können. Hier sei an die Ausführungen des Kapitels 3.4 erinnert, in denen der Digital Divide und seine Zugangshürden zum Internet in unterschiedlicher Ausprägung untersucht wurde.

Vor allem die Kombination innerhalb eines alles verbindenden Netzwerkes hat hier den entscheidenden Fortschritt zur kommunikativen Individualpräsenz gebracht. Ewige Präsenz aller Formen von Inhalten und deren dauernde Verfügbarkeit stellen somit die Bühne medialer Integrationsbemühungen einer mediengesellschaftlichen Kommunikationskultur dar. Wichtiges Faktum ist, dass es sich hier um rein virtuelle/digitale Kommunikationsmöglichkeiten und Individualpräsenzen handelt, die – als echte analoge Präsenzen in Codes formatiert – im Mediensystem als Plattform dienen.

Das computergestützte Mediensystem omnipotenter Individualpräsenzen ist zwingend an elektrische Energiequellen gebunden. Ohne Elektrizität kein Internet – ohne Internet auch keine omnipotente Individualpräsenz. Diese banale aber zugleich fatale Abhängigkeit des Mediensystems unterstreicht den technisch-kompensatorischen Bedarf naturrealer Objekte für eine omnimediale Verwertbarkeit. Faszinierend hierbei bleibt dennoch, dass es nur durch das Internet eben diese real existierenden Objekte gibt, die nur in ihm geschaffen wurden und nur innerhalb dieser Umwelt real sein können. Verwiesen sei an dieser Stelle auf Entwicklungen wie Massive Multiplayer Online Role Play Games

(MMOPRGs)⁵¹⁰ die beispielsweise eigene monetäre Währungen führen, die in reale Währungen konvertiert werden können und somit virtuelle und reale Wirklichkeit zusammenbringen. Als prominentestes Beispiel sei die virtuelle Welt *second life*⁵¹¹ erwähnt. Der kometenhafte Aufstieg und der Hype um diese neue Form konvergenter Mediensysteme kommt nur mit dessen fatalem Scheitern gleich. Trotz enormer Bemühungen und Investitionen in diese Form der digitalen Gesellschaft spielt sie für den Alltag heute fast gar keine Rolle mehr. Hier zeigt sich, dass eine künstlich geschaffene Umwelt sich – trotz hohen finanziellen Aufwands – nicht durch wenige Initiatoren auf die gesamte Onlinegemeinschaft aufgezwingen werden kann. Vor allem sind es die Nutzer selbst, die zum Großteil über Erfolg und Misserfolg der Projekte bestimmen.

Ein wesentlicher Faktor des Erfolgs virtueller Welten ist die freie Selbstbestimmung im Umgang mit Inhalten, sowie der formellen Umgebung innerhalb dieses Mediums. Eine externe Steuerbarkeit wird als persönliche Repression empfunden und neigt zur Ablehnung durch die Nutzer. Eine enorme Fluktuation von Mitgliedern ist die Folge, was wiederum das Interesse der Betreiber solcher Systeme zum Umdenken zwingt – oder zu Aufgabe bzw. Einstellung des Projekts. Wirtschaftliche Interessen innerhalb sozialer Netzwerke zu verfolgen, bedarf eines allgemeinen Umdenkens im Kommunikationsverhalten gemäß dem Selbstverständnis dieser Communities. Gerade die kostenlose Nutzung und der uneingeschränkte, selbstbestimmte Austausch jeglicher Information stellen vordergründig den Mehrwert dar, der letztlich überhaupt ein Interesse weckt, Mitglied in solchen Netzwerken zu werden.

Mit der fortschreitenden Internetisierung werden omnimediale Gesellschaftsstrukturen hinsichtlich ihrer Ausprägung omnipotenter Individualpräsenzen kommunikativ weiter kultiviert. Die zunehmend „gläserne“ und redundante Wahl der Medienkanäle steigert wiederum erneut das neuzeitliche Mitteilungsbedürfnis unserer Gesellschaft.

⁵¹⁰ Massive Multiplayer Online Role Play Games (MMORPGs). Vgl. Hierzu die Diplomarbeit von Barbara Klotz. Klotz, Barbara: Onlinerollenspiele – Korrelate und Konsequenzen. Diplomarbeit. Münster 2008. <http://barbara.patrickkorte.de/Onlinerollenspiele%20-%20Korrelate%20und%20Konsequenzen.pdf> (Stand 26.10.2010).

⁵¹¹ Second life (engl. Zweites Leben) ist eine internetbasierte virtuelle Welt, in der Menschen in Form von Avataren miteinander interagieren, echten Handel betreiben oder untereinander kommunizieren können. Vgl. <http://de.secondlife.com> (Stand 20.02.2011).

Das gesteigerte Mitteilungsbedürfnis in der Gesellschaft und der formierte Drang nach aktiver Mitgestaltung einer internetisierten Kultur verstärken den Wunsch nach transparenter Co-Produktion von Online-Inhalten seitens der Nutzer. Bereits 21 % der Internet-Nutzer wollen online an Produktentwicklungen beteiligt werden.⁵¹² Die Konvergenz von bisherigen Lebenswelten verschmilzt mit technischen Möglichkeiten und menschlichen Bedürfnissen zur omnimedialen Gesellschaftsstruktur.

Kritisch könnte hier entgegengebracht werden, dass es sich nicht um Omnimedialität handle, sondern durch den netzwerkartigen Zusammenschluss von Einzelmedien über das Internet lediglich eine Intermedialität bestünde. Wäre dem so, dann existiere allerdings nur ein Medienverbundsystem. Dieser Verbund könne zwar ebenfalls neue Formen der Kommunikation hervorbringen und eine Veränderung des Gesellschaftssystems bewirken, bliebe aber stets ein Medienverbund aus Einzelmedien mit klarer Funktionsabgrenzung. Es wäre hier weiterhin möglich, mit dem Wegfall eines Einzelmediums ganze Teile des Funktionsspektrums im Gesamtsystem zu eliminieren. Dass es sich um Omnimedialität handelt, lässt sich einerseits anhand des Fehlens von Leitmedien veranschaulichen, sowie dem Verschwinden von Medientechnik. Selbst wenn einzelne Medien aus dem omnimedialen System entfernt werden, bleibt die Funktion erhalten. Medien werden hier nicht als Einzelteile modular verwendet, sondern in Summe als omnimediales System konstituiert. Auch die Auflösung der Verbindung von Medium und Inhalt zeigt, dass es sich um dieses Konstrukt handelt. In der omnimedialen Struktur löst sich die Funktion vom physischen Medium und integriert sie in das System. Einzelne Medien sind nicht mehr von Bedeutung, sondern die Inhalte und individuellen Nutzungsmöglichkeit treten für die persönliche Kommunikationssituation in den Vordergrund. Der Terminus der Omnimedialität bezieht daher die Wechselwirkung des medialen Kommunizierens ein. Damit wird der gesellschaftlichen Wandel nicht nur als technische Evolution verstanden, sondern gleichzeitig auch die Interdependenzen der gesellschaftlichen Entwicklung aus sich heraus einbezogen. Erst die Synthese technischer, sozialer, kultureller und gesellschaftlicher Aspekte wird als omnimediale Gesellschaftsform identifiziert. Diese Verschmelzung wird in Form von omnimedialer Vernetzung aller Lebensbereiche vollzogen. Die Vor- und Nachteile einer solchen Synthese

⁵¹² BITKOM-Studie: Connected Worlds, S. 2.

können nur individuell betrachtet und gewertet werden. Eines stellt sich dennoch klar heraus: mit den technischen Möglichkeiten werden vor allem auch die soziale Beziehungspflege und unsere gesellschaftliche Interaktionen stark beeinflusst. Dies wird daher Gegenstand der nachfolgenden Kapitel sein.

4.1. Omnimediale Vernetzung

Die Metapher des Netzwerkes und insbesondere der englische Begriff des *networking* avancierten in jüngster Zeit zur prominenten Bezeichnung für verschiedenste Gruppierungen und technische Vernetzung. Daher wird heute auch umgangssprachlich pauschal beinahe alles als „Netzwerk“ bezeichnet. Neuerdings werden Eltern, Berufsgruppen, soziale Einrichtungen, Unternehmen, Kirchengemeinden und andere öffentliche Verbindungen ebenfalls als Netzwerke deklariert. Es bedarf also zunächst einer differenzierten Betrachtung, um Klarheit über die verwendeten Begrifflichkeiten zu verschaffen. Mit der Verwendung der Bezeichnung *Netzwerk* soll vor allem eine enge Bindungsstruktur heterogener Komponenten (wie Technik und Gesellschaft) hervorgehoben werden. Ziel soll es sein, die omnimediale Vernetzung der Gesellschaft als koevolutionäres Resultat von Technik und Gesellschaft herauszustellen.

Im Allgemeinen sind mit dem Gebrauch des Netzwerkbegriffs meist soziale Netzwerke alltäglicher Beziehungen gemeint, aus denen Mitglieder ihre sozialen Ressourcen schöpfen. Andrea Maria Dederichs nennt die Pflege und den Einsatz in sozialen Netzwerken auch „Beziehungsarbeit“⁵¹³, da es im Prozess des Aufbaus solcher Verbindungen intensiverer Bemühungen benötigt, um Vertrauen und Normen zu etablieren, die eine langfristige Stabilisierung sozialer Beziehungen sichert.

Die Stärke der Bindung sozialer Beziehungen muss aber nicht zwangsläufig auch mit den gleichen Wertstellungen korrelieren. Schwache Beziehungen stellen oftmals sehr wertvolle Informationsquellen dar. Mark Granovetter unterscheidet Beziehungen daher als

⁵¹³ Dederichs, Andrea Maria: Das soziale Kapital in der Leistungsgesellschaft. Emotionalität und Moralität in „Vetternwirtschaften“. Münster 1999, S. 42.

strong ties und *weak ties*.⁵¹⁴ Er geht in seinen Überlegungen von der Annahme aus, dass schwache Beziehungen hilfreiche Informationen bspw. in Bezug auf eine potentielle Arbeitsstelle bieten, da hier ein reger Informationsfluss über das gesamte Netzwerk ermöglicht wird. Enge Familiennetzwerke bieten hingegen einen kleineren Distributionsraum und sind weniger für den Informationsfluss an möglichst viele Netzwerkmitglieder geeignet. Starke Netzwerke bieten dafür einen intensiveren und deutlich persönlicheren Austausch als schwache Netzwerke.

Eine weitere Unterscheidung findet sich auch im Aufwand, der für die Aufrechterhaltung der Netzwerkverbindungen betrieben werden muss. Die Pflege von Beziehungen zu einzelnen Mitgliedern eines Netzwerks kann in Form von Geschenken oder investierter Zeit betrieben werden. Je intensiver der zeitliche Aufwand zum Aufbau sozialer Beziehungen betrieben wird, desto schneller kann auch die informelle Instanz der Beziehung herangezogen und für eigene Interessen genutzt werden. Eine starke Vernetzung bietet daher nicht nur die Sicherung sozialer Beziehungen, sondern dient auch dem persönlichen Vorteil immaterieller Ressourcenbildung, die in Form von sozialem Kapital tauschbares Gut sind.⁵¹⁵ Für Heiner Keupp sind daher alte strukturfunktionalistische Ansätze für die sich wandelnden und immer komplexer werdenden Kulturen nicht mehr als Analysewerkzeug ausreichend.⁵¹⁶ Das Netzwerkkonzept hat sich neben einem eher utopischen Verwendungszweck mittlerweile einen festen Platz in den Sozialwissenschaften gesichert. Die Funktionen eines Netzwerks systematisiert Keupp als affektive Unterstützung, instrumentelle Unterstützung (praktische Hilfe- und Dienstleistung), kognitive Unterstützung (vor allem durch Information), Aufrechterhaltung der sozialen Identität und Vermittlung sozialer Kontakte.⁵¹⁷

⁵¹⁴ Vgl. Granovetter, Mark: The Strength of Weak Ties. In: American Journal of Sociology, Ausgabe 78, Heft 6 (1973), S. 1360-1380. <http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/gran-strengthweakties.pdf> (08.09.2011).

⁵¹⁵ Über soziales Kapital siehe die Schriften von Coleman, James S.: Social capital in the creation of human capital. Sociological Theory 6 (1988), S. 52-57; Bourdieu, Pierre: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Reinhard Kreckel (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Sonderband 2, Göttingen 1983, S. 183-198. Dederichs weist darauf hin, dass die Theoreme von Coleman und auch Bourdieu zum sozialen Kapital um interaktive Aspekte und Kategorien des dramaturgischen Handelns ergänzt werden müssen. Denn gerade dialogische Situationen sind der soziale Ort, an dem Beziehungen entstehen – bewusst oder unbewusst.

⁵¹⁶ Keupp, Heiner: Soziale Netzwerke. Eine Metapher des gesellschaftlichen Umbruchs? In: Bernd Röhrle & Heiner Keupp: Soziale Netzwerke. Frankfurt 1987, S. 14.

⁵¹⁷ Keupp: Soziale Netzwerke, S. 31f.

Bereits 1953 finden sich bei Elisabeth Bott Definitionskriterien, die enge soziale Netzwerke als Beziehungsgefüge eines Londoner Arbeiterbezirks festlegen. Typisch für die Kriterien ist die schnelle Verfügbarkeit der Mitglieder als sofortige Hilfestellung für alle Notsituationen oder alltäglichen Probleme. Bott erkennt in der engmaschigen lokal konstituierten Gemeinschaft ein soziales Netzwerk, das als eine Art Sozialversicherung für Notsituationen dient – aber auch starke Kontrollstrukturen aufwies.⁵¹⁸

Mit der zunehmend auch kommunikationswissenschaftlichen Untersuchung wird der Netzwerkbegriff schließlich zum Schlüsselbegriff für eine Informationsgesellschaft. Die Metapher des Netzwerkes beschreibt dort die neuesten technologischen Kanäle, die zugleich auch soziale Konsequenzen beinhalten und auf diese Weise auch als hegemoniales Steuerungssystem erfasst werden können. Gerade *wie* sich im sozialen System Wissen verbreitet, scheint sich durch lose und schwache soziale Bindungen der modernen Gesellschaft erklären zu lassen, da diese Verbindungen als Transportmittel der Wissensweitergabe fungieren.

In der vorliegenden Arbeit wird auf die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) von Bruno Latour zurückgegriffen, die die gesellschaftliche Evolution als Verknüpfung heterogener Elemente zu Netzwerken interpretiert.⁵¹⁹ Auch wenn es recht kritische Anmerkungen⁵²⁰ zu den theoretischen Bemühungen Latours gibt, so bietet die ANT die Möglichkeit, die gesellschaftlichen Zusammenhänge als ein koevolutionäres System von Gesellschaft, Technik und Natur zu lesen, das als ein Resultat heterogener Netzwerkbildung zu verstehen ist. Auch die vorliegende Arbeit bedient sich diesen Überlegungen, da Soziales und Technik auf eine Weise verbunden sind, die nicht richtig verstanden werden kann, ohne jeweils den Gegenbereich in die Betrachtung einzubeziehen. Die Herausbildung netzwerkartiger Strukturen umfasst aus dieser Perspektive das Verhalten der Komponenten zueinander als fortwährenden Neubestimmungsprozess durch ihre eigene Veränderlichkeit. Darüber hinaus wird die permanente Modifikation kommunikativer Interaktion

⁵¹⁸ Vgl. Bott, Elisabeth: Family and Social Network. Roles, Norms and External Relationships in Ordinary Urban Families. London 1953.

⁵¹⁹ Vgl hierzu: Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Frankfurt a. M. 2002; Ders.: Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford 2005; Belliger, Andréa/ Krieger, David J. (Hrsg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld 2006.

⁵²⁰ Vgl. Hierzu exemplarisch Collins, H.M./Yearley, S.: Epistemological Chicken. In: Pickering, A. (Hrsg.): Science as Practice and Culture. Chicago/London 1992, S. 301-326.

auf die omnimedialen Konfigurationsprozesse aller Komponenten des Netzwerks zurückgeführt. Im Kontext um den Diskurs der weltweiten Umverteilung von Macht und Einfluss durch die neuen Technologien wird der Netzwerkbezug um die Facette nicht-kontrollierter Machtpotentiale erweitert. Herbert I. Schiller zeigt in seinem Werk *Mass Communication and American Empire* (1992), in welchem Maße sich die weltweiten Machtstrukturen erneuern, die mit der Datenverarbeitung zu einer geänderten Informationskonzentration geführt haben.⁵²¹ Mit der Veränderung der technologischen Vernetzungsmöglichkeiten werden auch Hoffnungen auf tiefeschürfende kulturelle Veränderung geschürt, die revolutionäres Potential bereithalten. Die Frage nach der Qualität sozialer Beziehungen spielt vor allem dann eine Rolle, wenn die funktionalen Aspekte von Netzwerken im Fokus liegen.⁵²² Empirisch wird versucht vor allem die Messbarkeit sozialer Kontakte in quantitativer Form als strukturelle und interaktive Dimension zu erfassen.⁵²³

Je höher der Bildungsgrad einer Person ist, desto größer sind ihre Netzwerke, desto mehr sozialen Begleitschutz hat sie, desto vertrauter sind die Beziehungen und desto weiter die geographische Reichweite der Beziehungen. Mit dem Einkommen steigt die Zahl der vertrauten Personen, die nicht aus der Verwandtschaft stammen, und es wächst auch die Qualität und die Sicherheit der von diesen Personen erwartbaren praktischen und gemeinschaftlichen Unterstützung.⁵²⁴

Mit den veränderten Gesetzen der freien Marktwirtschaft durch eine zunehmende Globalisierung lassen sich als Folgen seit Jahren fallende Handelsbarrieren, sinkende Transportkosten und ein freier Kapitalmarkt beobachten. Dieser Einfluss wächst immer rasanter und verbindet die Bereiche Unternehmen und Finanzen zur symbiotischen Einheit. „Globalisierung ermöglicht [...], dass die global agierenden Unternehmen nicht nur eine Schlüsselrolle in der Gestaltung der Wirtschaft, sondern der Gesellschaft insgesamt innehaben.“⁵²⁵ Markenbildungsprozesse werden auf gesellschaftliche Identitätsausbildung in Form einer sozialen Positionierung im Gesellschaftssystem übertragen. Werbung durchzieht unser Leben in allgegenwärtiger Realisierung und fördert die dynamische Selbstorientierung an etablierten Marken. Dies geschieht nicht nur von außen, sondern moderne Mediengenerationen verinnerlichen den Wirkungsmechanismus dieser

⁵²¹ Schiller, Herbert Irving: *Mass Communication and American Empire*. Boulder 1992.

⁵²² Vgl. ebd., S. 27f.

⁵²³ Vgl. hierzu Schenk, Michael: *Soziale Netzwerke und Kommunikation*. Tübingen 1984.

⁵²⁴ Keupp: *Soziale Netzwerke*, S. 39f.

⁵²⁵ Beck, Ulrich: *Die Subpolitik der Globalisierung. Die neue Macht der multinationalen Unternehmen*; in: *Gewerkschaftliche Monatshefte*, Nr. 11/12 (1996), S. 673-680, hier S. 675.

Leitmarken derart, dass sie ihre eigene Persönlichkeit freiwillig in den Dienst von Marken stellen. Modernes Medien-Marketing will im Sinne einer Markengesellschaft die Massenmedien als „Wirklichkeitsgeneratoren“⁵²⁶ beeinflussen, damit nicht mehr „die Medien“ (im Sinne der Gesamtheit an Meinungsrepräsentanten) den primären konstitutiven Charakter einer Wirklichkeitsgenerierung inne haben, sondern Marken sollen die Grundlage der Wirklichkeitsadaption und -präsentation werden.⁵²⁷ Jede einzelne Person wird durch ein persönliches Marketingkonzept mit integrierten Kommunikationsmaßnahmen zur „lebenden Marke“, deren Inhalte mit Kernwerten des Unternehmens besetzt werden. Ein solches Vorgehen lässt sich in politischen Ämtern und Funktionen verstärkt beobachten. Kann die aufgebaute Erwartungshaltung an die Markenwelt eines Politikers nicht ausreichend erfüllt werden, so hat dies weitreichende Folgen. Die Bildung von öffentlicher Meinung als Instrumentarium markengerechter Imagebildung ist ein äußerst sensibles Kommunikationssystem, deren Steuerung und Manipulation nur bedingt möglich ist.

Die vorherrschende Vernetzung etabliert in der Gesellschaft den Drang, sich selbst zu präsentieren und dies der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. „Broadcast yourself“ scheint nicht nur das Motto des Videoportals YouTube zu sein, sondern zeugt von der Handlungs- und Denkweise einer omnimedialen Gesellschaft. Integrierte Kommunikation dient als Initiator von Komplexitätsreduktion auch in dem Maße, als dass kein Entzug der Kommunikation möglich ist. Die Verzahnung der Kommunikation als omnimediale Interaktion reduziert die Vielfalt komplexer Angebote einerseits, fördert aber gleichzeitig auch die Kommunikation und damit die quantitative Menge andererseits. Diese Bedingung erhöht wiederum das Komplexitätsniveau der kommunikativen Mediensysteme erneut. Dies erscheint logisch zwingend, wenn aus den bisherigen Konsumenten der Kommunikation nun auch gleichzeitig Produzenten werden, die mit aller Kraft das mediale System mit einer neuen Quantität an Informationen/Inhalten versorgen bzw. anreichern. Insofern erfolgt eine Komplexitätsreduktion in dem Maße, dass durch die integrierte Kommunikation eine Verbesserung der kommunikativen Engpässe

⁵²⁶ Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 1.

⁵²⁷ Vgl. Koziol, Klaus: Die Markengesellschaft. Wie Marketing Demokratie und Öffentlichkeit verändert. Konstanz 2007, S. 7 ff

erfolgt, die sich im Laufe der Zeit durch quantitative wie medienspezifische Kommunikationssteigerung aber wieder reduziert. Als Ergänzung zur zweiten These dieser Arbeit bedeutet dies, dass eine Komplexitätsreduktion durch eine Integration von Kommunikation zwar initiiert wird, dies aber vor allem für die Verfügbarkeit der Inhalte wirkt und die strukturelle Komplexitätsproblematik damit nicht abschließend gelöst werden kann.

Diese Entwicklung lässt sich in Online Communities oder Social Networks beobachten, deren Betreiber wie Mitglieder einen exponentiell wachsenden Bedarf an Kapazitäten benötigen, um alle Kommunikation medial zu bewältigen. Damit werden zwar die technischen Kommunikationssituationen entschärft, die strukturelle Problematik der massenhaften Informationsverarbeitung aber erreicht ein neues Komplexitätsniveau, das allein durch Bündelung der Kommunikationssituationen nicht mehr lösbar wird. Omnimedialität bietet damit zwar die Auflösung kommunikativer Angebotsengpässe, nicht aber die Lösung struktureller Komplexitätsprobleme. Umso wichtiger wird daher die kontinuierliche Teilnahme und Teilhabe am medialen Gesellschaftsleben, um zumindest einigen Teilbereichen der Kommunikationssituationen beizuwohnen. Schließlich birgt eine Omnipräsenz der individuellen Kommunikationsoptionen damit auch die Möglichkeit vor kommunikativer und sozialer Ausgrenzung durch fehlende Anschlussfähigkeit.

Als Randerscheinung des Drucks einer stetigen Nutzung des medialen Kommunikationsangebots, ist ein krankhaftes Suchtverhalten zu beobachten, das zwanghafte Nutzung von Spielen, Foren oder Chaträumen nach sich ziehen kann. Dass die Zahl der Computer-/Internetsüchtigen Menschen stetig wächst, ist nicht überraschend.⁵²⁸ Der zu bewältigenden Dauerbelastung des omnimedialen Mitteilungsbedürfnisses widmen sich daher vermehrt auch psychologische Institutionen, die bereits Erfahrung mit der Computerspiel-/Internetsucht (vor allem bei Jugendlichen) sammeln konnten. Als Vorreiter in diesem Bereich zählt die Ambulanz der Klinik für psychosomatische Medizin und Psychotherapie der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz, die seit 2008 eine Spielsucht-Therapie für Jugendliche und junge Erwachsene anbietet.⁵²⁹

Ebenso spielen für die mediale Entwicklung die Funktionen von Orientierungsgebern im digitalen sozialen Umfeld eine elementare Rolle. Es werden enorme Energien auf-

⁵²⁸ Vgl. <http://www.uni-mainz.de/presse/20429.php> (Stand: 02.06.2012).

⁵²⁹ Vgl. <http://www.unimedizin-mainz.de/index.php?id=5377> (Stand: 02.06.2012).

gewendet, um den rasanten Anforderungen und Wünschen der Mediengesellschaft gerecht zu werden, sich schnell und einfach per Grafical User Interface⁵³⁰ (GUI) selbst komplexester Ingenieursleistungen bedienen zu können. Im Vergleich zu GUIs der 1990er Jahre, ist die Bedienung und Handhabung moderner Technik mittlerweile im wahrsten Sinne des Wortes „kinderleicht“ geworden. Rief die Programmierung der frühen Videorekorder selbst bei technisch affinen erwachsenen Menschen immer wieder irritiertes Schulterzucken hervor, so können heute bereits kleine Kinder wie selbstverständlich mit Spielekonsolen oder Smartphones umgehen.

Der Vorteil der GUIs – selbst extrem komplexe Technik ohne großes technisches Know-how intuitiv nutzen zu können – verändert auch die Erwartungshaltung an Schnittstellen zu anderen Mediensystemen. Durch solche Hilfsmittel lässt sich erkennen, dass es Nutzern nicht mehr darauf ankommt, wie und warum etwas funktioniert, sondern wozu es im Alltag genutzt werden kann und welchen Vorteil man für sich selbst sieht. Ein solches Verhalten lässt sich heute schon im frühen Kindesalter beobachten.

Es wird immer unwichtiger die technische Infrastruktur oder die dahinterliegenden Prozesse zu kennen oder gar zu verstehen, um den Umgang mit neuen Medien zu erlernen. Die Aneignung der Anwendungsmöglichkeiten erfolgt weitgehend intuitiv und spielerisch, erfordert aber zunehmend Kompetenzen im alleinverantwortlichen Umgang, sowie neue Lernprozesse zur Anwendung geeigneter Problemlöse- und Suchstrategien. Erst ab der Altersgruppe elf bis 13 Jahre beginnen Kinder, sich die Strukturen und vielfältigen Möglichkeiten des Internets allmählich zu erschließen, wobei es ihnen auch hier weniger darauf ankommt, wie etwas funktioniert, sondern wozu es im Alltag genutzt werden kann.⁵³¹ Die Wirkung von Medien wird aus diesem Grund im Bildungswesen

⁵³⁰ Grafical User Interface (engl.; kurz GUI) bezeichnet eine grafische Benutzeroberfläche, die eine Interaktion mit dem Computer erlaubt, um nicht in einer Programmiersprache, sondern durch graphische Elemente die Bedienung des Systems zu erleichtern. Durch verbesserte GUI-Systeme wurde die schnelle Verbreitung von Massencomputer erst möglich, da deutlich weniger Fachwissen zur Nutzung erforderlich ist. Eine intuitive Benutzerführung stellt heute eine elementare Voraussetzung für den Erfolg computerbasierter Massenmedien.

⁵³¹ Wart/Schneider/Schmeißer: User-Experience von Kindern im Internet, S. 26.

auch nicht als rein medienvermittelte Effekte angesehen, sondern es interessiert vor allem, *was* die einzelnen Menschen mit den digitalen Medien machen.⁵³²

In der Kommunikationswissenschaft hat ein solcher Nutzen-Ansatz eine Umkehr des Forschungsgegenstandes der Medienwirkungsforschung mit sich gebracht.⁵³³ Der Mensch wird nun nicht mehr länger als Opfer medialer Botschaften angesehen, sondern ist aktiv an der Rezeption der medialen Botschaften beteiligt und spiegelt diese in das Medium zurück. Medien werden auf diese Weise Eigenschaften zugeschrieben, die deutlich besser Auskunft über den Wahrnehmenden bzw. die kulturelle Konstruktion der Technologie geben.⁵³⁴

Die Art und Weise der Darstellung von Inhalten beeinflusst auch den Inhalt selbst, indem die gewählte Form einen Inhalt transportiert, der medienspezifisch unterschiedlich aufbereitet werden muss. Nicht nur die Wahl des Mediums bestimmt den Inhalt, sondern die Art und Weise der in den Medien vermittelten Inhalte gestalten am Dekodierungsprozess mit und lenkt unsere Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. Ebenso ist die Art und Weise des Umgangs mit dem Medium mitverantwortlich für die anschließende Wirkung. Spannend wird damit auch die Frage nach den abweichenden Wirkungen solcher Wahrnehmungsphänomene bzw. der Gedanke einer motivierten Wahrnehmungsvermittlung mit, in und durch das Medium.

Die Alltäglichkeit dieser Erscheinung rückt das Medium und die Form derart in den Hintergrund der Aufmerksamkeit, dass der Inhalt eine Überpräsenz erfährt und sich die Korrelation Medium/Form zugunsten der individuellen Dekodierung auflöst. Man könnte dies als mediale Omnisensorik bezeichnen. Norbert Bolz formuliert pointiert, dass für den modernen Menschen die Kommunikationswahrnehmung die Weltwahrnehmung ersetzt hat und daher die in Medien angebotenen Informationen nicht mehr an der Wirklichkeit messbar sind.⁵³⁵

Das Handeln gegenüber medialer Technik wird durch kollektive Wahrnehmung reflexiv beeinflusst. Schelhowe (1997) beschreibt in diesem Zusammenhang die Metamorphose

⁵³² Kerres, Michael: Wirkungen und Wirksamkeit neuer Medien in der Bildung. In R. K. Keill-Slawik, M. (Ed.), Education Quality Forum. Wirkungen und Wirksamkeit neuer Medien. Münster: Waxmann 2003, S. 9.

⁵³³ Maletzke: Kommunikationswissenschaft im Überblick.

⁵³⁴ Kerres: Wirkungen und Wirksamkeit neuer Medien in der Bildung, S. 9.

⁵³⁵ Vgl. Bolz, Norbert: Wirklichkeit ohne Gewähr. In: Der Spiegel 26 (2000), S. 130f.

des Computers vom Automaten über das Werkzeug hin zum Medium.⁵³⁶ Die Vorstellung über digitale Technik nimmt eine konstituierende Rolle ein, die sich aus dem Umgang mit digitalen Leitbildern aus der Gesellschaft zuschreiben lässt.⁵³⁷

Ein positiver Lerneffekt bzw. Lernerfolg mit/durch Medien wird immer dann verstärkt positiv auftreten, wenn die Erwartungshaltungen gegenüber dem Medium auf Lernerfolge eingestellt sind. Das heißt, dass auch der alltägliche Umgang, Befürchtungen und Erwartungen an/mit Medien und Technik mitbestimmen, welche Lernerfolge sich erzielen lassen. Nicht das Medium erzeugt die Wirkung, sondern der Mensch selbst bestimmt die Effekte und Wirkung mit. Daher sind die bereits erwähnten Sozialisierungsprozesse mit dem Ziel einer ausgeprägten Medienkompetenz wichtiges Schlüsselkriterium in einer omnimedialen Gesellschaft. Eng verbunden mit diesen Überlegungen sind Machtstrukturen, die für Demokratie, Freiheit und Selbstverwirklichung innerhalb der Gesellschaft wichtige Grundvoraussetzungen darstellen. Diesen Rahmenbedingungen wird im nachfolgenden Kapitel nachgegangen.

4.2. Omnimedialität und Demokratisierung

Grundsätzlich kann jeder in medialen Netzwerken kommunizieren. Es entsteht ein enormes Mitteilungsbedürfnis allein schon deshalb, weil es undenkbar einfach geworden ist, mit jedermann zu jeder Zeit an jedem Ort zu kommunizieren. Die Welt ist ein *Global Village*⁵³⁸, in dem sich technologisierte Gesellschaften mit den virtuellen Ko-Präsenzen ihrer Mitglieder verschmelzen. Den digitalen Technologien wird nachgesagt, dass sie durch die umfassenden Kommunikationsmöglichkeiten und die Gleichstellung aller Nutzer eine Demokratie befördern. Aus diesem Grund wird insbesondere das In-

⁵³⁶ Schelhowe, Heidi: Das Medium aus der Maschine. Zur Metamorphose des Computers. Frankfurt 1997.

⁵³⁷ Krämer, Sibylle: Computer: Werkzeug oder Medium? Über die Implikationen eines Leitbildwechsels. In: H.-P. Böhm, H./Gebauer, B. Irrgang (Hrsg.): Nachhaltigkeit als Leitbild für Technikgestaltung. Dettelbach 1996.

⁵³⁸ McLuhan, Marshall/Powers, Bruce R.: The Global Village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn 1995.

ternet häufig auch als ein demokratisches Medium⁵³⁹ bezeichnet bzw. seine Strukturen als „demokratieförderndes Potential“⁵⁴⁰ beschrieben. Aus struktureller Sicht ist das Internet tatsächlich demokratisch, da es jeden Nutzer in gleichem Maße zur Partizipation berechtigt. Faktisch haben allerdings ökonomische Verhältnisse⁵⁴¹, politische Gegebenheiten⁵⁴², sozialer Stand oder auch der in Kapitel 3.4 beschriebene Digital Divide einen großen Einfluss auf das demokratische Anwendungspotential.

Als demokratisch wird das Internet immer wieder auch wegen seiner „publizistischen Egalisierung“⁵⁴³ betrachtet, die Sender- und Empfänger gleichwertige Positionen einräumt. Jeder Nutzer ist einerseits Empfänger von Informationen, kann aber gleichermaßen als „Sender für alle“⁵⁴⁴ in Erscheinung treten. Und das gilt nicht nur für interpersonale Kommunikationssituationen, sondern eben auch für eine Massenkommunikation, wie sie sonst nur Medienunternehmen, Institutionen oder Großorganisationen vorbehalten ist.⁵⁴⁵ Hermanns stellt dazu fest: „Der Einzelne darf sich im Internet eigenverantwortlich, ohne jegliche Zugangsvoraussetzung oder redaktionelle Vorgaben mit persön-

⁵³⁹ Vgl. u. a. Leggewie, Claus: Netizens oder der gut informierte Bürger heute. In: Michalski, Krzysztof (Hrsg.): Medien und Demokratie. Frankfurt a. M. 1997. S. 3-25; Negroponte, Nicholas: Total Digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. München 1995; Rheingold: Virtuelle Gemeinschaft.

⁵⁴⁰ Vgl. Stegbauer, Christian/Rausch, Alexander: Strukturalistische Internetforschung. Netzwerkanalysen internetbasierter Kommunikationsräume. Wiesbaden 2006, S. 95.

⁵⁴¹ Grundlegend muss man im Besitz eines technischen Gerätes sein, dass den Zugang zum Internet ermöglicht. Dennoch sind schlechte ökonomische Verhältnisse nicht zwingend an eine schlechte Medienausstattung gebunden. Dies zeigt sich beispielsweise an der annähernden Vollabdeckung der Bevölkerung mit Mobiltelefonen. Dass kein prinzipieller Zusammenhang zwischen Medienausstattung und individualökonomischen Voraussetzungen besteht, ist auch schon früher erkannt worden. Vgl. hierzu Hurrelmann, Bettina: Fernsehen in der Familie. Auswirkungen der Programmweiterungen auf den Mediengebrauch. Weinheim/München 1989, S. 41.

⁵⁴² In Ländern (z. B. China), in denen Meinungsfreiheit oder eine starke politische Zensur herrscht, werden der Zugang und die Nutzung des Internets eingeschränkt. Es können aber auch Sanktionen oder Rechtsverletzungen (Kinderpornographie, Rechtsextremismus etc.) zur Beschneidung des Internetangebots führen.

⁵⁴³ Döring: Sozialpsychologie des Internets, S. 18.

⁵⁴⁴ Lévy, Pierre: Cyberkultur. Universalität ohne Tonalität. In: Bollmann, Stefan/Heibach, Christiane (Hrsg.): Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Reinbeck 1998, S. 60-87, hier S. 74.

⁵⁴⁵ Hans Magnus Enzensberger hat dieses Phänomen bereits für elektronische Medien deklariert, da eine Egalität der Teilnahme an elektronischen Medien ermöglicht werde, die einen exklusiven Klassencharakter mit Bildungsprivilegien aufhebe. Vgl. Enzensberger: Baukasten zu einer Theorie der Medien. S. 272.

lichen Inhalten präsentieren.⁵⁴⁶ Es lässt sich allerdings beobachten, dass sich tendenziell nur eine geringe Anzahl an Internetnutzern in der Rolle eines Massenkommunikators ausnimmt.⁵⁴⁷ Hier sind, wie in Kapitel 3.1 dieser Arbeit bereits festgestellt, vor allem Meinungsführer und wenige Multiplikatoren, die einen Großteil der Online-Kommunikation bzw. des User Generated Content ausmachen. Die reizvollen Web 2.0-Angebote verlagern sich zunehmend in Social Communities und machen diese damit für eine größere Altersgruppe noch attraktiver.⁵⁴⁸

Durch die Freiheiten des Internets sehen Cyberpessimisten demokratische Diskurse aber ins Negative verkehrt. Sie gehen in ihrer These davon aus, dass vor allem nur persönlich relevante Inhalte gezielt konsumiert werden und sich damit die Anteilnahme an Kontroversen oder die Auseinandersetzung mit konträren Meinungen insbesondere bei politischen Diskursen verringert.⁵⁴⁹ Die Menschen würden sich auf diese Weise auf lange Sicht von der idealisierten Online-Öffentlichkeit zunehmend distanzieren, um sich letztlich ganz in einen abgegrenzten Mikrokosmos zu isolieren.⁵⁵⁰

Man kann an diesen Beispielen erkennen, dass in der omnimedialen Gesellschaft die Nutzung des Mediensystems einerseits alltäglich und sehr einfach geworden ist, es aber dennoch einer gewissen Intensität der Mediennutzung bedarf, um die demokratische Mitteilungsfreiheit auch in Anspruch zu nehmen und auf diese Weise in der digitalen Wahrnehmung die eigene Existenz auch medial zu repräsentieren. Zur Partizipation in einer omnimedialen Gesellschaft lässt sich zudem feststellen, dass der Zugang – neben

⁵⁴⁶ Herrmanns, Dirk/Koenen, Andrea/Konert, Bertram/Michalski, René: Werkstattbereich - Interdisziplinärer Diskurs über den Wandel der Privatheit und die Rolle der Medien. In: Weiß, Ralph/Groebel, Jo (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen 2002. (= Schriftenreihe Medienforschung der LfR, Band 43, S. 549-621, hier S. 570.

⁵⁴⁷ Fisch/Gscheidle zeigen am Videoportal YouTube, dass Mitmachangebote im Web 2.0 zwar sehr beliebt sind, dass aber nur ein sehr geringer Anteil (3 % der YouTube-Nutzer) der Nutzer solcher Portale auch tatsächlich selbst Inhalte generiert. Vgl. Fisch, Martin/Gscheidle, Christoph: Mitmachnetz 2.0. Rege Beteiligung nur in Communities. In: Media Perspektiven, Heft 7 (2008), S. 356-364, hier S. 363.

⁵⁴⁸ Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph: Web 2.0. Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. In: Media Perspektiven, Heft 7 (8/2011), S. 360-369, hier S. 365. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/07082011_Busemann_Gscheidle.pdf (Stand: 04.09.2012).

⁵⁴⁹ Siehe hierzu Sunstein, Cass: Republic.com. Princeton 2001. S.49; Winkel, Olaf: Die Kontroverse um die demokratischen Potentiale der interaktiven Informationstechnologien – Positionen und Perspektiven. In: Publizistik, 2. 2001, S. 140-161, hier S. 150.

⁵⁵⁰ So kann die Schlussfolgerung dieser These zusammengefasst werden. Vgl. hierzu Witschge, Tamara: Online Deliberation: Possibilities of the Internet for Deliberative Democracy. In: Shane, Peter M. (Hrsg.): Democracy Online. New York 2004, S. 109-122.

gewissen infrastrukturellen Netzwerkanbindungen – zwar minimale Einstiegshürden mit sich bringt, es aber insbesondere eines erhöhten persönlichen Interaktionsverhalten bedarf, um die Sichtbarkeit bzw. Anteilsnahme in den Netzwerken überhaupt kundzutun. Und dieses mediale Interaktionsverhalten formt die digitale Identität eines jeden Mitglieds mit.

Durch die Digitalisierung sind die grundlegenden Prozesse von der Herstellung bis hin zur Archivierung in allen Bereichen des öffentlichen, privaten, gesellschaftlichen und politischen Lebens zusätzlich beschleunigt und leichter handhabbar worden. Jeder Nutzer kann relativ einfach Daten und Informationen herstellen und uneingeschränkt im Netzwerk verbreiten, die dann auch von anderen multifunktional und omnimedial genutzt werden können. Damit einhergehend haben sich auch Wertschöpfung, wirtschaftliche Strukturen, Geschäftsmodelle und Nutzerroutrinen entwickelt, die sich der digitalisierten Medienlandschaft angepasst haben.⁵⁵¹ In einer omnimedialen Gesellschaft sind alte analoge Hürden von Sender und Empfänger bzw. Hersteller und Nutzer nivelliert. Dafür haben sie neue Barrieren über die gestiegene Anforderung an Medienkompetenz aufgebaut. Dennoch: Über alle Kontinente hinweg können Menschen unabhängig von räumlicher oder zeitlicher Herkunft in Echtzeit miteinander kommunizieren und eine Vernetzung erfahren, die in dieser Form nur durch eine vollständige Digitalisierung ermöglicht werden konnte.⁵⁵²

Somit wird die für eine Demokratie unabdingbare Grundlage geschaffen, sich aktiv und umfassend am politischen und gesellschaftlichen Leben zu beteiligen. Von steigender Bedeutung ist das Internet, wie bereits aufgezeigt, auch für Aspekte der Bildung und den massenhaften Zugang in der Vermittlung von Wissen. Dabei wird neben einer ausgeprägten Medienkompetenz auch der kompetente Umgang mit Inhalten eine wichtige Voraussetzung, die eine digitale Separierung der Nutzer in Anwender und Programmierer hervorruft.

Lesen und Schreiben ist nach wie vor eine Grundvoraussetzung für einen eloquenten Umgang mit dem Angebot des Internets. Eine Alphabetisierung stellt – trotz audiovisu-

⁵⁵¹ Vgl. Palfrey/Gasser: Generation Internet, S. S. 225 f. und S. 252.

⁵⁵² Vgl. Stegbauer, Christian: Raumzeitliche Struktur im Internet. In: Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. 39 (2008), S. 3-9, hier S. 3ff.

eller Angebote des Internets – die elementare Zugangsinstanz des Internets dar. Nach wie vor besteht ein Großteil des zur Verfügung gestellten Informationsangebotes auf schriftbasierter Kommunikation. „Computerized communication discriminates in favor of the literate and educated, since it is grounded in writing and reading skills.“⁵⁵³ Mit einer vermehrten Lesehäufigkeit wird meist auch die Computer- und Internetnutzung gesteigert. Umgekehrt gilt auch, dass, wer häufig den Computer nutzt, eben auch mehr liest. Der Zusammenhang von Lesehäufigkeit und Internetnutzung beeinflusst damit auch die Nutzerkompetenz im Umgang mit dem Internet. Wer viel liest, navigiert leichter durch das Informationsangebot und kann zielgerichteter und konzentrierter mit dem Internet umgehen als Wenigleser.⁵⁵⁴ Das bedeutet letztlich auch, dass versierte Nutzer von Tageszeiten, Büchern etc. damit die Nutzung des Internets deutlich leichter fällt.

In der omnimedialen Öffentlichkeit schwindet der Einfluss einer tradierten Öffentlichkeit als gesellschaftliches Reflexionsmedium und mit ihm auch die determinierende Funktion des gemeinschaftlichen Selbstverständnisses. Öffentlichkeit verschwindet zwar nicht vollends, fragmentiert sich aber in Nutzungsgewohnheiten diverser Angebote und bildet neue Strukturen. Die „alten Medien“ bzw. die bisherige medienwirksame öffentliche Meinung büßt damit an demokratischer Macht ein und wird in ihrer Existenz in neue Vernetzungskanäle verlagert. Beispielsweise lässt sich im Beruf des Journalisten heute eine Verminderung des Einflusses als kritische und meinungsbildende Kontrollinstanz feststellen. Statt einer Konzentration auf wenige mediale Kanäle mit Potential zur öffentlichen oder breitenwirksamen Meinung, muss in der omnimedialen Gesellschaft mehrdimensional kommuniziert werden.⁵⁵⁵

Mit der dauerhaften Anforderung medialer Kommunikation und Präsenz verschwimmen die Grenzen von Privatheit und Öffentlichkeit zunehmend. Privatheit oder Privatsphäre schützt aber das Verborgene, Geheime und Persönliche vor einem öffentlichen Zugriff.

⁵⁵³ Kerr, Elaine B./Hiltz, Starr Roxanne: Computer-Mediated Communication Systems. Status and Evaluation. New York 1982, S. 95.

⁵⁵⁴ Vgl. Boesken, Gesine: Lesen am Computer – Mehrwert oder Verwirrung? Untersuchungen zur „Konkurrenz“ zwischen Buch und Hypertext. In: Braungart, Georg/Eibel, Karl/Jannidis, Fotis (Hrsg.): Jahrbuch für Computerphilologie 4. Paderborn 2002, S. 85-114.

⁵⁵⁵ Nur die Bündelung und Vernetzung unterschiedlicher Inhalte aus verschiedenen Kanälen ließe eine Form der Repräsentation gesamtgesellschaftlicher Öffentlichkeit zu. Um dies in der Praxis sicherzustellen, müsste der Großteil medialer Kommunikation konzentriert auf einen oder wenige Absender abgewickelt werden. Eine sicherlich fragwürdige Praxis, die mit einer extremen Machtkonzentration verbunden ist, die hochgradig anfällig für manipulativen Missbrauch wäre.

Man kann Privatheit als eine Art Schutzfunktion verstehen, die ein Innen von einem Außen trennt und intime Sachverhalte im Verborgenen hält. Aus diesem Grund wird das Private mit der Funktion des Nicht-Gesehen-Werdens verbunden, was als „defensives Phänomen“⁵⁵⁶ bezeichnet wird. Tritt man aus dem Dasein des Privaten heraus und wird eine Person, die vermehrt im öffentlichen Leben steht, dann wird Kommunikation im Mediensystem zu einem noch wichtigeren Baustein der individuellen Karriere. Gerade mit dem Internet wird der öffentliche Raum politischer Diskussion für kollektive Entscheidungsfindungen in virtuelle Organe verlagert, die für die Politik „sogar wichtiger als andere Faktoren wie Parteiapparate, Interessensgruppen, Experten oder internationale Beziehungen“⁵⁵⁷ sein können. Politiker haben längst erkannt, dass sie durch steigende Präsenz in Medien relativ kostengünstig und reichweitenstark mit zunehmender Wirkung die Menschen mit ihren Botschaften und Parteiprogrammen erreichen. Zusätzlich lassen sich persönlichen Charaktereigenschaften und tugendhafte Züge vermitteln, die die Sympathie – und damit auch die Wählbarkeit – eines Kandidaten deutlich erhöhen können.

Die mediale Selbstdarstellung ist ein wichtiges Instrument der Politik geworden und wird daher mit entsprechendem Aufwand zur Steigerung des eigenen Einflusses und der Macht auch in voller Klaviatur bedient. In einer omnimedialen Demokratie wird es zunehmend schwerer, alle Kommunikationskanäle umfassend zu vereinnahmen und gezielt die eigene Meinung oder Machtansprüche zu platzieren. Trotz vielschichtiger und mehrdimensionaler Kommunikation bietet eine omnimediale Struktur wenig Ansatzpunkte für massenkommunikative Meinungsmanipulation. Es sind schließlich die mannigfaltigen Möglichkeiten der individualisierten und omnimedialisierten Meinungspublikation, die eine Gleichschaltung des gesamten Mediensystems als utopisch erscheinen lassen. Omnimediale Kommunikation bietet einerseits durch ihre dezentralistische Machtstruktur demokratische Selbstregulierung, verhindert aber andererseits eben durch diese Eigenschaft den Blick auf das Gesamtgeschehen.

⁵⁵⁶ Habermas, Jürgen: *Geliebte Objekte. Symbole und Instrumente der Identitätsbildung*. Berlin/New York 1996, S. 137.

⁵⁵⁷ Vowe, Gerhard: *Mediatisierung der Politik? Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand*. In: *Publizistik*, 4 (51), 2006, S. 437-455, hier S. 441.

Verlagern sich die Machtstrukturen und bilden zunehmend zentrale Knotenpunkte, die gleichgeschaltete Information omnimedial mit großem Druck in gesellschaftliche Diskurse einspeisen, verliert die Struktur einer medialen Meinungsfreiheit an Gewicht. Es kann dann durchaus zu einer einseitigen Darstellung kommen, die sich als öffentliche Meinung multiplikativ festigen kann.

Dieser Gefährdung wird mit dem besonderen Schutz der deutschen Bundesregierung durch Medienpolitik-Gesetze präventiv entgegengewirkt. Hier wird der Schutz und die Förderung der gesetzlich verankerten Kommunikationsgrundrechte als zentrale Aufgabe verstanden. Insbesondere die Regelungen und Gesetze zur Meinungs- und Pressefreiheit sollen die Demokratisierungsprinzipien unter besonderen Schutz stellen. Dadurch soll eine freie und demokratische Meinungs- und Willensbildung auch in einer omnimedialen Gesellschaft regulativ sichergestellt werden. Ob die Bemühungen auch in der zunehmend veränderten Informationsaufnahme und den fragmentierten Weltanschauungen in Zukunft überhaupt noch mit gesetzlichen Rahmenbedingungen zu regulieren sind, gilt es abzuwarten.

Diese Zeichen der Zeit haben auch totalitäre Regierungen mit Sorge erkannt und versuchen nun mit großen Bemühungen den omnimedialen Austausch ihrer Bürger einzuschränken und zu verhindern. Die etablierten Machtinstanzen des Staats bzw. der Regierenden soll schließlich nicht an Einfluss verlieren. Vor allem diktatorische Staaten finden sich in der ambivalenten Situation gefangen, einerseits die Entwicklung der Gesellschaft voranzutreiben zu müssen, um in der Weltgemeinschaft zu bestehen, andererseits versuchen sie den rasanten Austausch und die zunehmende kommunikative Vernetzung möglichst zu kontrollieren oder gezielt zu unterbinden.

Als Beispiele lassen sich aus aktuellem Zeitgeschehen die Zensurbestimmungen des Iran oder China nennen, die mit ihren Einschränkungen des Internets konsequent für internationales Aufsehen und globale Kritik sorgen. Die Menschenrechtsorganisation „Reporter ohne Grenzen“ veröffentlichte jüngst ihren Länderbericht *Feinde des Internets 2012*, in dem Staaten mit „massiver Online-Überwachung“ und „Kontroll- und

Zensurmaßnahmen⁵⁵⁸ aufgelistet und beobachtet werden. In 2012 zählen hierzu folgende 12 Staaten: Bahrein, Belarus, Birma, China, Kuba, Iran, Nordkorea, Saudi Arabien, Syrien, Turkmenistan, Usbekistan und Vietnam.⁵⁵⁹ Aber auch bis nach Europa finden sich Staaten, die auf der „unter Beobachtung“-Liste genannt werden. Hier stehen Staaten wie Australien, Ägypten, Eritrea, Frankreich, Indien, Kasachstan, Malaysia, Russland, Südkorea, Sri Lanka, Thailand, Tunesien, Türkei und die Vereinigten Arabischen Emirate.⁵⁶⁰ Auch dort finden sich also Einschränkungen, Gesetze oder Hindernisse, die eine uneingeschränkte Nutzung des Internets oder der Meinungsfreiheit eindämmen oder beschneiden.

Dass die Mitglieder einer omnimedialen Gesellschaft sehr großen Wert auf ihre Rechte und Freiheiten im Internet legen, zeigen die zahlreichen Demonstrationen und heftigen Reaktionen gegen das *Anti-Counterfeiting Trade Agreement* (ACTA).⁵⁶¹ Eigentliches Ziel des Handelsabkommens war die Einschränkung der Produktpiraterie und Eindämmung illegaler Downloads von urheberrechtlich geschützten Daten wie Musik, Filmen oder Software. Die weitreichenden Bestimmungen zur Kontrolle und Protokollierung von Nutzerdaten im Internet sorgten aber umgehend für Angst vor einer Zensur im Internet. Allein die noch unklaren Folgen dieses Abkommens wurden als eine massive Bedrohung der Meinungsfreiheit empfunden. Datenschützer, Menschenrechtler und Internetaktivisten gingen für Proteste auf die Straßen. Mittlerweile hat das Europäische Parlament gegen das umstrittene Abkommen gestimmt und damit das Scheitern von ACTA besiegelt.⁵⁶²

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Internet mit seiner offenen Netzwerkstruktur demokratische Informiertheit fördert und die Gleichstellung aller Mitglieder einer omnimedial agierenden Gesellschaft beflügelt. Dennoch ist dies keine Garantie für eine demokratische Form des Zusammenlebens. Die Nutzung der Informationen eines

⁵⁵⁸ Reporter ohne Grenzen: Feinde des Internets 2012. Vgl. <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/meldung-im-detail/artikel/rog-bericht-feinde-des-internets-2012/> (Stand: 26.03.2012).

⁵⁵⁹ Vgl. Reporter ohne Grenzen: Feinde des Internets 2012.

⁵⁶⁰ Ebd.

⁵⁶¹ Vgl. <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2012/02/2012-02-12-acta.html> (Stand: 26.03.2012).

⁵⁶² Süddeutsche Zeitung vom 04.07.2012: EU-Parlament lehnt ACTA ab. <http://www.sueddeutsche.de/digital/umstrittenes-urheberrechtsabkommen-eu-parlament-lehnt-acta-ab-1.1401319> (Stand: 09.07.2012).

freien Zugangs zum Weltwissen stellen die Basis einer weltoffenen Denkweise dar, die auch weitreichende Folgen für das Selbstverständnis und die Identität der einzelnen Gesellschaftsmitglieder, sowie für die gemeinsame nationale Identität haben. Gerade diese Ausbildung von persönlichkeitsdefinierender Identität hat sich mit der Omnimedialität verändert. Dieser Veränderung soll nun im Nachfolgenden nachgegangen werden.

4.3. Omnimedialität kultursozialer Identitätsbildung

Die Herausbildung von Identität war bis in die Frühmoderne noch intergenerational begründet; sprich sie wurde über mehrere Generation hinweg in festen Gemeinschaften weitergegeben und auf diese Weise ausgebildet. Hartmut Rosa⁵⁶³ hat eindringlich herausgearbeitet, dass die Identitätsausbildung in der Moderne synchron geworden ist und sich am Individuum zu dessen Lebenszeit ausbildet.

Um die Jahrhundertwende hat sich Georg Simmel mit der zunehmenden Individualisierung beschäftigt und seine Gesellschaftstheorie entworfen.⁵⁶⁴ Simmel geht dabei von einer Funktionalisierung und Individualisierung aus, die er für die Industriegesellschaft in zeitliche und räumliche Zergliederung segmentiert. Er kommt zu dem Ergebnis, dass der moderne Mensch sich mit konkreten Handlungszielen unterschiedlichen Gruppen zuwendet. Damit einher geht eine Verschiebung von Sinnzusammenhängen, die aus der traditionellen Zugehörigkeit zu Gruppierungen wie Kirche, Beruf oder Familie bestimmt werden. Die Verschiebung geht hin zu selbst gewählten Beziehungen, die neue soziale Kontakte ermöglichen und die eigene Identität entsprechend mitprägen und ständig neu einschreiben.

Die Aufnahme oder Integration in eine Gruppe ist abhängig von persönlichen Ressourcen, schichtspezifischen Positionen oder dem sozialem Status. Je nach Verfügbarkeit sozialen, ökonomischen oder kulturellen Kapitals gestaltet sich die Ausgangslage damit sehr unterschiedlich gewichtet. Wer wir sind und wie wir von anderen wahrgenommen

⁵⁶³ Vgl. Rosa, Hartmut: Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstruktur in der Moderne. Frankfurt a. M. 2005.

⁵⁶⁴ Simmel, Georg: Soziologie. Untersuchungen über die Form der Vergesellschaftung. 5. Auflage. Berlin 1968.

werden, wird mit dem Begriff *Image* medial repräsentiert. Das *Image* eines Menschen wird zum Indikator, an dem ein Individuum in der Gesellschaft im sozialen und kulturellen Status gemessen werden kann.⁵⁶⁵ Doch in wie weit mischen sich mittlerweile virtuelles und reales Bild? Ist eine gesellschaftliche Fundierung als kultursoziales Individuum von Art- und Umfang der Kommunikation zur Identitätsfindung abhängig?

In unserer (omnimedialen) Gesellschaft muss nach Heiner Keupp die Frage nach der eigenen Identität daher nicht mehr „Wer bin ich?“ lauten, sondern „Wer bin ich im Verhältnis zu den anderen? Wer sind die anderen im Verhältnis zu mir?“⁵⁶⁶ So wird Identität zur antizipierten Erwartung anderer und dem Verhalten des Individuums. Trotz stetiger Auseinandersetzung mit der eigenen Position und einem selbstreflektiertem Umgang, ist ein zentraler Bezugspunkt für das Selbst die externe Wahrnehmung anderer. George Mead beschreibt eine auf diese Weise gebildete Identität als eine, die sich aus einem gesellschaftlichen Prozess entwickelt, bei dem sich die Mitglieder einer bereits existierenden Gemeinschaft wechselseitig beeinflussen.⁵⁶⁷

Einen doppelten Aspekt der Identität unterscheidet der Soziologe Erving Goffman.⁵⁶⁸ Er beobachtet vor allem situative Handlungssysteme – also Momentaufnahmen von Verhalten – um herauszufinden, was Menschen in bestimmten Situationen tun. Er stellt fest, dass das Verhalten dabei inhaltlich determiniert ist, parallel dazu aber Signale und Zeichen kommuniziert werden, die auf einen anderen Inhalt schließen lassen. Goffmann lässt hier die Diskrepanz verbaler und nonverbaler Kommunikation einfließen. Bewusste und unbewusste Ausdruckformen bilden auf diese Weise die Eindrücke anderer und von sich selbst aus. Einen bewussten Ausdruck nutzt das Individuum für den manipulativen (gewollten) Eindruck auf andere. Unbewusste kommunikative Signale hingegen vermitteln darüber hinaus weitere Eindrücke anderer Art. Erst das Zusammenspiel der Ausdrucksweisen komplementiert die Wahrnehmung einer Person. Individuen versuchen damit Erwartungen zu erfüllen und gleichzeitig persönliche Interessen durchzusetzen.

⁵⁶⁵ Vgl. Kautt, York: Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien. Bielefeld 2008.

⁵⁶⁶ Keupp, Heiner u. a.: Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. 2. Aufl. Reinbeck 2002.

⁵⁶⁷ Vgl. Mead, Georg Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. 12. Aufl. Frankfurt a. M. 2000, S. 207.

⁵⁶⁸ Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper. 6. Auflage 1997. Originalausgabe: The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday, 1959.

zen. Goffmann hat daher auch den Rollenbegriff genutzt, für den er typische Muster wie Berufsrollen als wiederkehrende Strukturen ausweist.⁵⁶⁹ Akzeptierte soziale Rollen bieten Sicherheit, da eindeutige Definitionen das eigene Verhalten als normative Grundlage erleichtern. Auf diese Weise ist jedem Mitglied der Gemeinschaft klar, wie sich bspw. ein „normaler“ Vater, Ehemann, Chef oder Mitarbeiter zu verhalten hat.

Derlei feste Rollen führen immer dann zu Konflikten, wenn sich Individuen dennoch „anders“ fühlen und versuchen die Regeln dieser Rolle zu durchbrechen. Doch mit individuellen Differenzen zu den gegebenen Rollen entwickelt sich die persönliche Identität, die wiederum auch anderen Mitgliedern eines Netzwerkes das Selbstbewusstsein und die Position eines Individuums verdeutlicht und damit Verhaltenssicherheit für alle stabilisiert. Dies lässt sich vor allem bei heranwachsenden Gesellschaftsmitgliedern beobachten. Keupp untersucht die Identitätskonstruktionen bei Jugendlichen und stellt fest, dass deren Freizeitgestaltung parallel zu Familie und Beruf stark von der Einbindung in Netzwerke beeinflusst wird. Jugendliche gestalten Ihre Freizeit nach ihren individuellen ökonomischen, sozialen und kulturellen Ressourcen, sowie persönlichen Interessen, eigener Motivation oder sozialer Kompetenz.⁵⁷⁰

Spätestens seit der Postmoderne wird Identität als dynamisches (variables und un abgeschlossenes) Konstrukt aufgefasst, das sich aus vielen Teil-Aspekten bzw. Teil-Identitäten zusammensetzt.⁵⁷¹ Dennoch besteht ein permanentes Bestreben einer Synthesisierung von externer Antizipation mit dem eigenen Selbst und den eigenen Bedürfnissen.⁵⁷² Man geht davon aus, dass ein solches Konzept der „Bastel- oder Patchwork-Identität“⁵⁷³ aus unterschiedlichsten „gruppen-, rollen-, raum-, körper-, oder tätigkeitsbezogenen Teil-Identitäten“⁵⁷⁴ zusammengesetzt ist.

While embattled, alienated, and proliferating, modern identity was nevertheless destined to find its expression in distinct social roles and relationships within the productive structures of modern life. These structures have provided for an identity premised on relatively fixed boundaries of the self based on distinctions between interior and exterior, self and other. [...] In contrast, theories of

⁵⁶⁹ Goffman: *Wir alle spielen Theater*, S. 19ff.

⁵⁷⁰ Vgl. Keupp: *Identitätskonstruktionen*, S. 159.

⁵⁷¹ Vgl. u. a. Mead: *Geist, Identität und Gesellschaft*; Erikson, Erik H.: *Identität und Lebenszyklus*. Drei Aufsätze. 22. Aufl. Frankfurt a. M. 2005.

⁵⁷² Zum zweifachen Aspekt des *Selbst* vgl. Mead: *Geist, Identität und Gesellschaft*.

⁵⁷³ Vgl. Keupp: *Identitätskonstruktionen*. 2002.

⁵⁷⁴ Döring: *Sozialpsychologie des Internets*, S. 325.

postmodernity project an image of a fluid self characterized by fragmentation, discontinuity, and a dissolution of boundaries between inner and outer worlds.⁵⁷⁵

Und auch eine virtuelle Identität spricht für dieses Konzept, da hier ein Teil des kontinuierlichen Identitätsbildungsprozesses mit einer Teil-Identität im virtuellen Raum einer (nicht-ontischen) Real-Identität gebildet wird.⁵⁷⁶ Sicherlich ist die Bildung im virtuellen Cyberspace viel bewusster und dezidierter, als eine im realen Leben geartete Selbstdarstellung es vergleichsweise wäre. Die von sozialer Interaktion durch face-to-face Verbindungen bestimmte Form der Gesellschaft verändert sich:

In contrast, consumerism, mass media, and information systems are a major departure from substantial community, creating 'artificial' or 'virtual' communities based on novel modes of consumption and technology.⁵⁷⁷

Einleuchtend ist, dass schon allein durch die Möglichkeit der Ausblendung soziodemographischer Gegebenheiten die Ausbildung einer virtuellen Identität eines Menschen andere Konstitutionsbedingungen einnimmt. Name, Geschlecht, Alter, Hautfarbe, Herkunft, sozialer Status – all das spielt zunächst für die Wahl einer virtuellen Identität eine untergeordnete Rolle. Aus diesem Grund lässt beispielsweise die Wahl eines Nicknames⁵⁷⁸ nicht zwangsläufig auch Rückschlüsse auf die real existierende Person zu. „Wer die Grenzen zum Cyberspace überschreitet, [...] ist mit der Frage der Selbstvirtualisierung konfrontiert – wer oder was möchte ich sein?“⁵⁷⁹

Sehr viel konkreter können Rückschlüsse auf die reale Person gezogen werden, wenn Bilder mit einbezogen werden. Hier können neben einer rein „verbalen Selbstetikettierung“⁵⁸⁰ eben auch Abbildungen die Selbstdarstellung und Eindruckssteuerung gegenüber anderen beeinflussen. Vor allem mit persönlichen Homepages, die private Inhalte öffentlich bereitstellen, lassen sich aussagekräftigere Rückschlüsse auf die Interessen, Neigungen oder den Grad der Vernetztheit einer Person ziehen.

⁵⁷⁵ Dunn, Robert G.: Identity Crises. A social critic in postmodernity. Minneapolis 1998, S. 64.

⁵⁷⁶ Vgl. Turkle: Leben im Netz, S. 289.

⁵⁷⁷ Dunn: Identity Crises, S. 76.

⁵⁷⁸ Nicknames (engl.) bezeichnen Pseudonyme im Cyberspace, die frei wählbar den realen Namen codieren. Realer Name und Nickname stimmen nur selten überein und werden vor allem im sozialen Kontext gerne mit stereotypischen Projektionen belegt (SexyHexy_21; Der Kölner usw.) Vgl. Hess-Lüttich, Ernest W.B.: Schrift und Rede. Chat-Kommunikation als Zwittermedium. In: Wende, Wara (Hrsg.): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg 2002, S. 194-214, hier S. 198.

⁵⁷⁹ Thiedeke, Udo: Wir Kosmopoliten. Einführung in eine Soziologie des Cyberspace. In: Ders. (Hrsg.): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden 2004, S. 16.

⁵⁸⁰ Döring: Sozialpsychologie des Internets, S. 335.

Dennoch ist von einer zu starken Identifikation mit der Real-Existenz abzuraten, da virtuelle Identitäten sich nicht zuverlässig zu einem identischen realen Gegenbezug zuordnen lassen. Gerade die Trennung von realer und virtueller Existenz weist – je nach situativer Verwendung – differierende Ausprägungen auf. Auf einer privaten Homepage erwartet man sicherlich eher die Verwendung des echten Namens des Betreibers, als dies bspw. in einem Chat der Fall wäre.

Anders ist dies hingegen in einem öffentlichen Forum, welches einen realen Bezug der virtuellen Identität ja nicht zwingend relevant für den Inhalt oder eigenen Kommentar macht. Ebenso wird die Wahl eines Pseudonyms sicherlich näher an der realen gesellschaftlichen Existenz ausfallen, wenn es sich um eine berufliche oder offizielle Verwendung handelt. Dies ließe sich im Zusammenhang mit Beziehungen erklären, wenn diese auf längere Sicht angelegt werden. In diesem Fall wäre ein Pseudonym nahe der realen Identität konsistenter und bedeutsamer für eine reale Beziehung, als wenn diese Beziehung nicht über den Cyberspace hinaus fortgeführt werden soll. Soziale Kompetenz ist also auch in virtuelle Welten eine gesellschaftliche Grundbestimmung.

Nur durch medial vermittelte Sozialisation ist es in einer digitalen Gesellschaft überhaupt möglich, eine kommunikative Mündigkeit und gesellschaftlich respektierte Positionierung zu erlangen. Eine vollkommene Anonymität ist in diesem Fall wohl eher hinderlich für eine dauerhafte Partizipation in sozialen Kommunikationsprozessen, da nur eine gefestigte, sozial akzeptierte Identität Glaubwürdigkeit und Vertrauen schafft. Mediennutzer müssen sich auch über die medientechnischen Voraussetzungen sozialisieren. Die Voraussetzung unterstreicht erneut, dass eine spätere Ausdifferenzierung in Medienhersteller- und Nutzer von Beginn an mit dem sozialen Status gekoppelt ist, was die dritte These der vorliegenden Arbeit erneut stützt.

Es lässt sich festhalten, dass die Ausbildung einer virtuellen Identität deutlich von der Art und Weise, sowie dem Umfang der Nutzung des Cyberspaces bzw. Internets abhängt. Nutzt man das Internet als reine Informationsquelle, so ist im Normalfall überhaupt keine virtuelle Identität notwendig, da anonymisierte Kommunikation vollkommen ausreichend ist. Im Umfeld sozialer Kontexte hingegen ist die Konstruktion einer virtuellen Identität hingegen unerlässlich, da Kommunikationsteilnehmer wissen wollen, *wer* ihr Gesprächspartner ist bzw. wie sich dieser darstellt.

Auf diese Weise wird die eigene Existenz im sozialen Kontext visualisiert und somit auch wahrnehmbar, was wiederum die virtuelle wie reale Identität in beiden Formen gesellschaftlicher Interaktion konstituiert. Es bildet sich eine Individualität und Unverwechselbarkeit der eigenen Identität heraus, die es im Internet deutlich stärker zu etablieren gilt, als dies in bisherigen Kontexten nötig war.

Häufig werden bei adoleszenter Identitätsentwicklung zunächst mehr als *eine* virtuelle Identität ausprobiert, um diese gegenüber der realen Identität abzugrenzen.⁵⁸¹ Der so gewonnene Kontrollzugewinn ist besonders reizvoll, da die Wahl des Anonymisierungsgrades von virtuellen Pseudonymen den individuellen Vorlieben unterliegt. Es ist nur schwer bis gar nicht überprüfbar, in wieweit simulierte Identitäten letztlich mit der realen Identität eines Nutzers übereinstimmen und in welchem Umfang und Ausmaß eine abweichende Möglichkeit in virtuellen Identitäten überhaupt genutzt wird.⁵⁸²

Digitale Medien übernehmen eine grundlegende sozialisatorische Funktion bei Digital Natives. Hier stehen vor allem die Interaktion mit der Umwelt und dem gemeinschaftlichen Gefüge im Vordergrund, die eine Partizipation am Gesellschaftssystem überhaupt erst möglich macht.

Auf diese Weise nehmen Medien durch ihre wechselseitige Konstitutionsinteraktion von Subjekt und Medium eine kombinatorische Funktion im Sozialisationsprozess und der individuellen Persönlichkeitsentwicklung ein, die im nächsten Kapitel näher betrachtet werden soll.

⁵⁸¹ Vgl. zur Theorie multipler Identitäten u. a. Turkle: *Leben im Netz*. Hier wird das Internet als Versuchslabor experimenteller Selbstentwürfe im Sinne einer postmodernen Identitätsarbeit angesehen. Turkle überträgt damit Eriksons Überlegungen zum Rollenexperiment in der Adoleszenz auf das gesamte Leben und wertet die Identitätsarbeit als lebenslang relevanten Aspekt.

⁵⁸² Es wird bezweifelt, ob die Aufrechterhaltung von Simulationen in größerem Umfang besteht, da der dafür benötigte Aufwand nur selten im Verhältnis zum eigentlichen Bedürfnis des Nutzers stehe. Vgl. Misoch: *Online-Kommunikation*, S. 122.

4.4. Omnimediale Alltagsbeziehungen

Mit der Herausbildung von omnimedialen sozialen Plattformen für privaten Austausch mit Freunden und Bekannten, lässt sich auch in der beruflichen Arbeitswelt ein steigender Stellenwert von Netzwerken mit Hierarchien und Machtpositionen ausmachen. Die Teilnahme, Nutzung und Integration in den Lebensalltag von medialen Netzwerken wird zunehmend Voraussetzung für eine erfolgreiche Arbeitskarriere. Auch hier lassen Form, Häufigkeit der Beiträge oder Nennungen, sowie der Status der Interaktionen Hierarchien und Machtstrukturen erkennen. Der Vertrauensaufbau durch intensive Penetration immergleicher Persönlichkeiten schafft auf diese Weise eine gute Bekanntheitsbasis in allen Gesellschaftsbereichen, die wiederum den Vertrauensvorschluss und die Akzeptanz der Führungsrolle der dargestellten Person rechtfertigt. Solche Prinzipien kennt man aus Werbung und Politik. Die Werkzeuge und Instrumente des Marketings erstrecken sich also nicht mehr nur auf Produkte, sondern werden verstärkt auch zur Akkumulation von Macht durch Medienpräsenz eingesetzt. Durch die verstärkte systemübergreifende Vernetzung von Kommunikation stehen auch die kommunikativen Beeinflussungstechniken vor vollkommen neuen Herausforderungen.

Quantitativ wie Qualitativ hat massenmediale Kommunikation in den letzten Jahren in jeder Hinsicht rasant an Fahrt aufgenommen. Und so reagieren auch Werbung und Marketing auf das veränderte Kommunikationsverhalten. Neuronales Marketing oder Trendforschungen zur omnimedialen Entwicklung sind ausbaufähige Reaktionen auf die veränderten Kommunikationsbedingungen.⁵⁸³ Ein tieferes Verständnis über die menschliche Verarbeitung von Kommunikation und Erinnerung soll so dem massiven Wettbewerb medialer Kommunikationsweisen eine neue Qualität verleihen. Eine Hirnforschung, wie etwa Hans-Georg Häusel sie betreibt, verspricht durch medizinische Einblicke in das menschliche Gehirn ein besseres Verständnis darüber, wie unser Gedächtnis funktioniert und wie werbliche Reize gestaltet sein müssen, um mit dieser Form des Marketings die menschlichen neuronalen Effekte nutzbar zu machen. Mit neuen Erkenntnissen hoffen die kommerziellen Auftraggeber solcher Studien ihre künf-

⁵⁸³ Vgl. hierzu Häusel, Hans-Georg: Neuromarketing. Erkenntnis der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf. München 2006.

tige Kommunikation noch gezielter einsetzen zu können, um Botschaften dauerhafter und tiefer in den Köpfen einer marketingrelevanten Zielgruppe verankern zu können.

Es wurde bereits herausgefunden, dass mit der Aufnahme von Informationen und der Verarbeitung von Daten das Gehirn nicht nur aktiv wird, sondern dieser Vorgang dort auch messbare Spuren hinterlässt. Man spricht von den sogenannten Gedächtnisspuren.⁵⁸⁴ Diese Spuren bedürfen einer stetigen Aktualisierung, um dauerhaft im Gehirn gespeichert werden zu können und sich vom Kurzzeitgedächtnis auch ins Langzeitgedächtnis einzuprägen. Das als Konsolidierung bezeichnete tiefere Verfestigen von flüchtigen Gedächtnisspuren ermöglicht überhaupt erst das Erlernen von neuen Informationen, ohne dass das bereits Gelernte gleich wieder vergessen wird. Zudem muss einmal Erlerntes ständig verfestigt werden, damit es sich auch wirklich dauerhaft im Gedächtnis einprägen kann.

Gehirne schaffen Wunderbares: Sie komponieren, sie haben tiefe Gefühle. Von ihnen kommt alles, was unsere kulturelle Welt ausmacht – und wenn wir diese großartig finden, sollten wir auch unsere Gehirne großartig finden.⁵⁸⁵

Unser Gehirn ist ständig bemüht das Wahrgenommene und die Sinneseindrücke dauerhaft zu behalten. Das Gehirn benötigt für dieses Einschreiben aber auch eine gewisse Auszeit bzw. Ruhephase vor neuen Reizen, um nicht kontraproduktiv und oder gar unkontrolliert Neues zugunsten von Altem aufzunehmen. Schließlich sichert vor allem ein dauerhaftes Wissen in unserem Gedächtnis auch die langfristige Persönlichkeitsbildung. Im Bezug auf unsere Persönlichkeit sucht die Menschheit von Beginn an nach Antworten auf Fragen wie *Wer bin ich?*, die nun vor allem die Hirnforschung mit Fakten statt Thesen zu beantworten sucht. Hier finden sich umfangreiche und leidenschaftlich geführte Debatten über verschiedene Weltanschauungen mit Einblicken aus medizinischen, neurologischen und philosophischen Sichtweisen.⁵⁸⁶ Wolf Singer hat in der neurowissenschaftlichen Debatte vor allem mit seinem Standpunkt des *Determinismus* in Bezug auf freien Willen auf sich aufmerksam gemacht:

⁵⁸⁴ Vgl. hierzu die medizinisch-psychologischen Untersuchungen von Manfred Spitzer. Spitzer, Manfred: Nervensachen. Perspektiven zu Geist, Gehirn und Gesellschaft. Stuttgart 2004.

⁵⁸⁵ Singer, Wolf. In: Der Spiegel, Ausgabe 43 (18.10.2004), S. 206.

⁵⁸⁶ Siehe hierzu exemplarisch Maxwell, Bennett/Dennett, Daniel/Hacker, Peter/Searle, John: Neurowissenschaft und Philosophie - Gehirn, Geist und Sprache. Frankfurt a. M. 2010.

Wir erfahren uns als freie mentale Wesen, aber die naturwissenschaftliche Sicht lässt keinen Raum für ein mentales Agens wie den freien Willen, das dann auf unerklärliche Weise mit den Nervenzellen wechselwirken müsste, um sich in Taten zu verwandeln.⁵⁸⁷

Es wäre aber falsch unser Denken – und damit auch unseren Willen, unser Bewusstsein und unsere Identität – einzig auf neuronale Prozesse zurückzuführen und dies als letzte Instanz zu begründen. Verwiesen sei an dieser Stelle auf Kapitel 3.3. der vorliegenden Arbeit, die sich mit der neurowissenschaftlichen Debatte bereits kritisch auseinandergesetzt hat.

Jede geistige Aktivität verändert das Gehirn und damit auch unser Denken. Mit der extremen Steigerung von medialen Sinneserfahrungen passt sich der Mensch zunehmend an und versucht mehrere Eindrücke parallel in immer kürzerer Zeit zu verarbeiten. Das zeitgleiche Ausführen mehrerer Aktivitäten – Multitasking genannt – stammt begrifflich wiederum aus der Computertechnik. Der Mensch versucht sich daher der maschinellen Verarbeitung anzupassen, um die eigene Leistungsfähigkeit zu steigern und mit der Reizüberflutung umgehen zu können.

Gerade durch Multitasking – das im Allgemeinen als positive Leistungseigenschaft angesehen wird – hat das Gehirn mit einer verstärkten Reizverarbeitung zunehmend zu kämpfen und es fällt Personen immer schwerer eine Differenzierung von Wichtigem zu Unwichtigem zu treffen; geschweige denn sich auf alle ausgeübten Tätigkeiten voll zu konzentrieren. Aktuelle Studien der Universität Utah zeigen, dass gerade einmal 2 Prozent der Menschen keine negativen Effekte durch Multitasking aufweisen (sog. Supertasker).⁵⁸⁸ Damit sind aber 98 Prozent der Menschen von Natur aus keine Multitasker.

Eine omnimediale Erschließung der Welt zeigt neben den enormen Möglichkeiten der erweiterten Wissensaneignung also auch durchaus negative Folgen in der Informationsverarbeitung. Grundsätzlich empfiehlt es sich nicht, in diesem Zusammenhang lediglich eine Perspektive als richtig zu definieren, um dann alle anderen Aspekte und Entwicklungen durchweg negativ zu bewerten. Sicherlich ist dem veränderten Beziehungs- und Vernetzungsverhalten im digitalen Wandel ein kritischer und prüfender Blick jedes Betrachters abverlangt, damit Risiken und Chancen realistisch zu bewerten sind, welche

⁵⁸⁷ Singer: Ein neues Menschenbild? S. 12.

⁵⁸⁸ Strayer, David. L./Watson, James. M.: Supertaskers and the multitasking brain. Scientific American Mind, Nr. 23, März 2012, S. 22-29.

Folgen dies im jeweiligen Kontext haben könnte. Für gesellschaftliche Interaktion wird aber immer ein gewisses Maß an medialer Präsenz abverlangt werden, um mit neuen Spielregeln auch neue Chancen ergreifen zu können und selbst in den Mitbestimmungsprozess sozialer Gemeinschaft einzutauchen. Welche Auswirkungen dies auf die Konzentrationsfähigkeit hat, müssen künftige Untersuchungen erst noch zeigen.

In einer omnimedialen Gesellschaft besteht grundsätzlich für jedes Individuum die Möglichkeit, selbst eine dominierende Präsenz im Mediensystem einzunehmen. Sind Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad in ausreichend positivem Maße medial vorhanden, so scheint damit auch die Legitimation der Machtstellung innerhalb der Gesellschaft gesichert. Karrieren von Politikern zum Beispiel hängen heute nicht mehr allein von deren intellektuellen Fähigkeit und politischen Handlungen ab, sondern sind ebenso stark von der Darstellung und Präsenz in Mediensystemen abhängig.⁵⁸⁹

Können ausreichend negative Diskurse in virtuellen Onlinewelten nachgewiesen werden, so kann dies durchaus zum realen Rücktritt von Machthabern führen. Es lässt sich feststellen, dass nicht nur die Akteure in den Medien eine Machtposition durch Meinungsbildung erlangen, sondern auch die Medien in sich selbst an Machtstrukturen gebunden sind, die ebenso mit der eigenen Präsenz verbunden sind.

Als eines von zahlreichen Beispielen für intersystemische Rückkoppelung kann die Enthüllung einer „Schmutzkampagne“ von Facebook über Google genommen werden, die durch Blogs und soziale Netzwerke rasch entlarvt wurde.⁵⁹⁰ Auch die systeminterne Vormachtstellung durch Präsenz wird auf diese Weise abgekoppelt vom Gesamtsystem kritisch beobachtet und determiniert die Regeln für das Mediensystem, in dem sie die Machtpositionen erst erlangt hat. Die enge Vernetzung, insbesondere in sozialen Netzwerken, fungiert damit auch gleichzeitig als unabhängiges Kontrollorgan der Onliner.

⁵⁸⁹ Eine unerwartet heftige Reaktion auf Medien- und Pressestimmen zeigte beispielsweise der Bundespräsident Horst Köhler mit seinem plötzlichen Rückzug aus seinem Amt am 31.05.2010, nachdem eine Debatte über seine Äußerungen zum Afghanistan-Einsatz der Bundeswehr in der Medienwelt die Themen bestimmte. Süddeutsche Zeitung vom 31.05.2010: Bundespräsident Köhler erklärt Rücktritt. <http://www.sueddeutsche.de/politik/berlin-bundespraesident-koehler-erklaert-ruecktritt-1.952271> (Stand: 09.07.2012).

⁵⁹⁰ Facebook hatte eine „Schmutzkampagne“ gegen Google geführt, um dessen Nutzer gegen die Datenschutzverstöße von Google aufzubringen. Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung: Schmutzkampagne gegen Facebook, (afp). <http://www.faz.net/artikel/C32205/facebook-schmutzkampagne-gegen-google-30336860.html> (Stand: 25.05.2011).

Die steigende Beliebtheit sozialer Netzwerkplattformen fordert deren Nutzern auch eine veränderte Klassifizierung Ihrer sozialen Kontakte ab. Hier werden die Beziehungen (je nach Stärke) mit Einschränkungen im Zugriff auf das eigene Netzwerk versehen. Eine Abgrenzung sozialer Beziehungsgrade kann beispielsweise bei Facebook mit zielgerichteter Kommunikation in Form von Gruppen (mit Privatsphäreinstellungen) vorgenommen werden.

Wie bereits in den vorangegangenen Kapiteln 2.2., 3.1 und 3.2. aufgezeigt, lassen sich *Privatheit* und *Öffentlichkeit* kaum noch voneinander abzugrenzen. Es herrscht ein allgemeiner Konsens vor, dass sich Privatheit und Öffentlichkeit heutzutage auch nicht mehr ohne weiteres voneinander trennen lässt.

Unter den Berufstätigen, die zwischen Arbeit und Privatleben keine Grenze mehr sehen, herrscht keine Einigkeit, ob diese Verschmelzung eher vorteilhaft oder nachteilhaft ist. Zwar sehen mehr Berufstätige Vorteile (31 Prozent) als Nachteile (15 Prozent), die Mehrheit ist sich jedoch nicht sicher (53 Prozent). Internet und Handy haben die Arbeitskultur deutlich verändert. Manche freuen sich, dadurch flexibler - beispielsweise von zuhause - arbeiten zu können, andere fühlen sich zu jeder Zeit zur Arbeit aufgerufen und können nicht mehr richtig abschalten.⁵⁹¹

Zwar bestimmen sich beide Begriffe über ihren gegenseitigen Bezug aufeinander, so dass „der normative Begriff Öffentlichkeit [...] von seinen Gegenteilen [...]: geheim, privat, intim“⁵⁹² definiert und auch über diesen abgegrenzt wird. Dennoch bilden diese beiden Begriffe keineswegs ein Oppositionspaar. Sie sind als dialektisch miteinander verbundene, sich gegenseitig beeinflussende Begriffe anzusehen. Sennett bestimmt sie sogar als ein gegenseitiges Korrektiv, dass die Grenzen zueinander bestimmt, indem es sich wie „zwei Atome eines Moleküls“⁵⁹³ verhält.

Ideengeschichtlich spricht man erst ab dem Beginn des 18. Jahrhunderts von Öffentlichkeit und Privatheit. Jürgen Habermas hat eine enge Beziehung zur Entstehung einer

⁵⁹¹ BITKOM-Studie: Netzgesellschaft, S. 53.

⁵⁹² Hermanns u. a.: Werkstattbericht, S. 555.

⁵⁹³ Sennett, Richard: Verfall und Ende de öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität- 11. Aufl. Frankfurt a. M. 2000, S. 133.

bürgerlichen bzw. politischen Öffentlichkeit gesehen.⁵⁹⁴ Öffentlichkeit wird gelöst vom Staat als ein Raum verstanden, an dem man seine öffentliche Meinung darstellen kann.⁵⁹⁵ Man kann eine solche Sichtweise auch als Rückzugsort verstehen, der Schutz vor den Konsequenzen öffentlicher Kommunikation gewährt, um sozialer Kontrolle, Handlungsregeln und Handlungszwängen zu entfliehen. In diesem Rückzugsort zeigt sich der eigentlich Sinn einer Öffentlichkeit: Wenn Öffentlichkeit sich durch handeln konstituiert, so ist sie nicht per se an Orte gebunden. So realisiert sie das demokratische Prinzip, dass allgemein relevante Fragen und Probleme für alle (betroffenen) zugänglich sind und man an der kommunikativ verwendeten Form auch teilhaben kann. Öffentlichkeit muss daher immer als Ort verstanden werden, der für alle zugänglich ist. Dennoch bedarf es Orte, die „öffentlich“ und „privat“ weiterhin gegeneinander abgrenzen.

Die Teilnahme an Öffentlichkeit verlangt also ein – wie auch immer geartetes – Verlassen der *Privatsphäre*. Heute versteht man unter dem Begriff Öffentlichkeit vor allem eine Meinung der gesellschaftlichen Meinung. Medien sind hierfür als Prozessteilnehmer der ständigen Konstitution von Öffentlichkeit nicht mehr wegzudenken. Mit den digitalen Medien ist der Zugang zu Informationen für die Öffentlichkeit noch leichter und flächendeckender geworden. Hier tritt aber vermehrt die Eigenleistung in den Vordergrund, sich selbst aktiv an der Bildung der Öffentlichkeit zu beteiligen.

Die Wirkungsbereiche der Öffentlichkeit erstrecken sich nicht nur auf teilnehmende Akteure, sondern immer auch auf eine passive bzw. unbewusste Allgemeinheit. Öffentlichkeit kann als ein Prinzip der Kommunikation und Interaktion bezeichnet werden. Ein

⁵⁹⁴ Habermas entwickelt sein Model aus einer sich literarisch entwickelten Öffentlichkeit entstehenden rasonierten bürgerlichen Öffentlichkeit im späten 18. Jahrhundert. Ausgehend von literarischen Zirkeln, Salons oder Klubs bildet sich im Kontext der Aufklärung eine bürgerliche Öffentlichkeit, die als Grundlage für ein gewandeltes bürgerlich-intellektuelles Identitätskonzept diene, aus der sich letztlich eine politische Öffentlichkeit begründe. Vgl. Habermas: Strukturwandel der Öffentlichkeit, S. 41ff. Einem solchen Konzept ist allerdings häufig widersprochen worden, da es lediglich idealtypische Züge, nicht aber den tatsächlichen Geschichtsprozess berücksichtige. Vgl. Schön, Erich: Publikum und Roman im 18. Jahrhundert. In: Jäger, Hans-Wolf (Hrsg.): Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert. Göttingen 1997. (= Das achtzehnte Jahrhundert: Supplementa, Band 4), S. 295-326, hier S. 318 und Kaschuba, Wolfgang: Öffentliche Kultur. Kommunikation, Deutung und Bedeutung. In: Jaeger, Friedrich/Liebsch, Burkhard (Hrsg.): Handbuch der Kulturwissenschaften. Bd. 1: Grundlagen und Schlüsselbegriffe. Stuttgart/Weimar 2004, S. 128-138, hier S. 132.

⁵⁹⁵ Gemeint ist hier die Verwendung des Begriffs im Sinne eines Zwischenbereichs, der weder staatlich noch privat ist, sondern als evident, offensichtlich bzw. frei für jedermann zugänglicher Bereich anzusehen ist. Zur Wort- und Begriffsgeschichte vgl. u. a. Hohendahl, Uwe: Öffentlichkeit, Geschichte eines kritischen Begriffs. Stuttgart; Hölscher, Lucian: Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit. Stuttgart 1979.

„im Prinzip frei zugängliches Kommunikationsforum für alle, die etwas mitteilen, oder das, was andere mitteilen, wahrnehmen wollen.“⁵⁹⁶ Durch diese Art des offenen Forums, muss Öffentlichkeit auch als etwas stets neu Herzustellendes und zu Etablierendes betrachtet werden. Partizipanten sind Akteure wie Publikum in einem, wobei man keineswegs automatisch von einer Gleichgewichtung der Teilnehmer ausgehen kann. Öffentlichkeit funktioniert dennoch in aktiver und passiver Mitgestaltung nach dem Reziprozitätsprinzip.⁵⁹⁷

Doch nur in einer privaten Sphäre kann ein Individuum reflexive Gedanken, Selbstevaluation oder kognitive, kreative und innovative Prozesse durchspielen, die letztlich die Auswirkungen der Öffentlichkeit auf das Selbst verarbeiten, um daraus Handlungs-, Denk- und Reaktionsoptionen abzuleiten. Die Privatsphäre gibt den Raum⁵⁹⁸, den es benötigt, um Probleme der öffentlichen Interaktion zu verarbeiten.⁵⁹⁹ Um soziale Beziehungen eingehen zu können, bedarf es daher zwingend einer Privatsphäre eines jedes Individuums.⁶⁰⁰ Nur eine ausgewogene Balance zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit ermöglicht eine Ausbildung und Entwicklung sozialer und kommunikativer Kernkompetenzen, die für eine Identitätskonstitution sowie sozialer Interaktion in der Gesellschaft unverzichtbar sind. Zwischenmenschliche Beziehungen in omnimedialer Kommunikation zu führen, sowie permanent in sozialen Netzwerken aktiv zu sein, öffnet den Raum der Privatsphäre aber zunehmend einer immer größer werdenden Masse. Die verstärkte Transparenz und Zugänglichkeit der Privatheit weicht die eigenverantwortliche Isolationsfähigkeit weiter auf und erhöht die Fremdbestimmung von restgesellschaftlichen Determinierungsprozessen. Eine langfristige Konfrontation mit solchen Extremsituationen kann als Auslöser für Instabilität und Fehlfunktionen im persönlichen und gesellschaftlichen Raum angesehen werden.

⁵⁹⁶ Neidhardt, Friedhelm: Öffentlichkeit. In: Schäfers, Bernhard/Zapf, Wolfgang (Hrsg.): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands. Opladen 1998, S. 487-49, hier S. 487.

⁵⁹⁷ Entscheidend ist, wie die einzelnen Akteure an der Öffentlichkeit teilnehmen (aktiv, kreativ, gestalterisch, passiv, reaktiv usw.).

⁵⁹⁸ Dieser Raum bzw. die Art einer Grenzziehung kann sowohl psycho-sozialer Natur (Gestik, Mimik, Sprache etc.) sein, wie auch physischer (Mauern, Zäune, Schilder etc.).

⁵⁹⁹ Ausführlicher vgl. Kruse, Lenelis: Privatheit als Problem und Gegenstand der Psychologie. Bern u. a. 1980, S. 155ff.

⁶⁰⁰ Verweigerung der Öffentlichkeit wie Mangel an Privatheit können extreme Situationen hervorrufen. Aus diesem Grund wird Privatheit als eine freiwillige Voraussetzung angesehen.

Hierzu können auch Mobbingphänomene in sozialen Netzwerken und versehentlich öffentlich gemachten Facebook-Partys gezählt werden, bei denen polizeilich eingegriffen werden muss, um die Privatheit von Personen zu schützen.⁶⁰¹ Meist wird erst in diesen besonderen Situationen der Sinn für eine bewusste Trennung von Öffentlichkeit und Privatheit wahrgenommen.

Mit den technischen Innovationen und der omnimedialen Verfügbarkeit von Kommunikationsmöglichkeiten hat sich auch die Zahl jener Angebote deutlich gesteigert, die Privatheit veröffentlichen.⁶⁰² Vor allem durch das Internet sind alle Formen privater Mitteilungsbedürfnisse in kürzester Zeit auch öffentlich publizierbar geworden. Neben persönlichen Homepages sind die bereits genannten Möglichkeiten von Onlineforen, Blogs bis hin zu Beiträgen in sozialen Netzwerken maßgeblich dafür verantwortlich. Hermanns stellt fest: „Privates medial zu veröffentlichen ist heutzutage vergleichsweise einfacher umzusetzen als je zuvor.“⁶⁰³ Dies alles verfolgt den Zweck einer privaten Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit durch reduzierte Privatheit zugunsten der identitätsstiftenden Sichtbarmachung der eigenen Individualität. Nur wer öffentlich wahrnehmbar ist, kann den „Modus der Wirklichkeit“ erreichen und wird von allen Beteiligten „in ihre Realitätsdefinition aufgenommen“.⁶⁰⁴

In der Forschung herrscht Konsens darüber, dass eine eigenverantwortliche Selbstdarstellung nur dann sinnvoll ist, wenn aber überhaupt eine Öffentlichkeit vorhanden ist, die diese Darstellung auch wahrnimmt.⁶⁰⁵ Allein Art und der Umfang der privaten Veröffentlichungen – die teilweise bis tief hinein in Tabubereiche ragen – zeugen vom ge-

⁶⁰¹ Miklis: Facebook-Fans stürmen Geburtstagsparty. Im Vorgarten von Thessa. Stern-Artikel vom 4. Juni 2011. <http://www.stern.de/digital/online/facebook-fans-stuermen-geburtstagsparty-im-vorgarten-von-thessa-1692209.html> (Stand: 13.05.2012).

⁶⁰² Nicht nur das Internet ist in diesem Zusammenhang förderlich für eine massenkommunikative Selbstdarstellung gewesen, sondern bereits mit dem Fernsehen wurden diese Tendenzen durch Talkshows, Lebensberichte oder Enthüllungsformate verstärkt.

⁶⁰³ Hermanns u. a.: Werkstattbericht, S 564.

⁶⁰⁴ Imhof, Kurt: Die Verankerung der Utopie herrschaftsemanzipierten Raisonnements im Dualismus Öffentlichkeit und Privatheit. Einführung. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter Hg.): Die Veröffentlichung des Privaten – Die Privatisierung der Öffentlichkeit. Opladen/Wiesbaden 1998. S. 15-24, hier S. 18.

⁶⁰⁵ Vgl. Döring: Sozialpsychologie des Internets, S. 335.

steigerten Bedürfnis der freiwilligen Selbstenthüllung omnimedialer Individuen.⁶⁰⁶ In wieweit sich die Urheber den Folgen ihres digitalen Exhibitionismus⁶⁰⁷ einer unkontrolliert publizierten Privatheit bewusst sind, ist nur schwer abzuschätzen. Eine Mitteilungsverweigerung des Einzelnen erhöht sogar noch das Interesse am bewusst Verborgenen. Dabei spielt weniger der Inhalt eine Rolle, als die Tatsache, dass es im Verborgenen existiert.⁶⁰⁸ Zum kompetenten Umgang mit neuen Medien gehört daher sicherlich auch das richtige Einschätzen von Verbreitung, Reichweite und Zugriffsmöglichkeit potentieller Adressaten.⁶⁰⁹ Dabei spielt es letztlich keine entscheidende Rolle ob, es sich um rein private Mitteilungen oder um Aussagen öffentlicher Personen handelt.

Die Auswirkungen privater Enthüllungen sind in jüngster Zeit verstärkt medial für Personen des öffentlichen Lebens wahrzunehmen. Hier zeigt das kritische Interesse an einer öffentlichen Person auch unmittelbare Konsequenzen für die private Person. Prominente Beispiele sind – um nur einige zu nennen – Amtsniederlegungen nach Skandalen wie denen von Bill Clinton (Lewinsky-Affäre 1998), Margot Käßmann (Alkohol-Autofahrt 2010), Dominique Strauss-Kahn (Zimmermädchen-Affäre 2011), Karl-Theodor zu Guttenberg (Plagiats-Affäre 2011) oder Kündigungen des Arbeitsplatzes durch Social Community Aktivitäten.⁶¹⁰ Auch solche Beobachten stützen die vierte These dieser Arbeit, dass Macht durch Präsenz in Medien konstituiert wird.

⁶⁰⁶ Unbestritten kann bei einem größeren Ausmaß an Normverletzungen/Tabubrüchen und Beiträgen aus dem intimsten Privatbereich von einer Inszenierung gesprochen werden. Beispiele sind neben Texten, Bildern, und Videos auch Erotikaufnahmen über Web-Cams oder private Skandale. Vgl. hierzu Konert, Betram/Hermanns, Dirk: Der private Mensch in der Netzwelt. In: Weiß, Ralph:/Groebel, Jo (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen 2002, S. 415-505, hier S. 435 und S. 471.

⁶⁰⁷ Es ist zu beobachten, dass sich mit dem Internet eine neue Qualität des Sich-zur-Schau-Stellens entwickelt hat. Privates wird immer häufiger Gegenstand des Diskurses und verliert damit an Tabuisierungs-Niveau. Eine zunehmende Akzeptanz bzw. Schwellensenkung von privaten Tabu-Themen verändern zunehmend die herkömmliche Grenzziehung von *Privat* und *Öffentlich*.

⁶⁰⁸ Vgl. Kruse: Privatheit als Problem, S. 76f.

⁶⁰⁹ Medienkompetenz beinhaltet daher neben rein technischer Beherrschung von Geräten vor allem auch den reflektierten Umgang mit dem jeweiligen Medium. Eine kritische wie autonome Nutzung fördert damit auch strukturelle Gesellschaftsaspekte, die im Umgang mit neuen Medien stets mitbedacht werden müssen.

⁶¹⁰ Eine als Krank gemeldete Mitarbeiterin nutze von zu Hause aus Facebook und wurde daraufhin entlassen. Sie hatte als Krankheitsgrund starke Migräne angegeben, mit der Sie angeblich nicht am Bildschirm arbeiten können würde. Vgl. Leffers, Jochen: Krank gemeldete Angestellte. Nach Facebook-Besuch gefeuert. In: Spiegel Online vom 26.04.2009. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,621185,00.html> (Stand: 24.08.2011).

Um sich nicht gleich von Beginn an mit seiner realen Identität erkennen geben zu müssen und derlei Konsequenzen zu fürchten, verwenden Nutzer des Cyberspace für eine virtuelle Identitätsausbildung gerne auch die anonymisierte Form. Personifizierung ist nach wie vor aber elementarer Bestandteil der Kommunikation. Aus dieser notwendigen Adressatenbindung aktiver Kommunikationsteilnehmer erfreuen sich Nicknames, Hybride oder Avatare⁶¹¹ einer großen Beliebtheit. Personifizierung bzw. Identifizierung wird nämlich auch in virtuellen Welten als sozialstrukturelle Bindung aufgefasst.

Soziale Nähe und Bindung ist auch über das Internet möglich. Auch dort wird versucht dies in kommunikativer Form auszudrücken.⁶¹² Allerdings muss vermerkt werden, dass es, neben den Chancen gemeinschaftsbildender Potentiale durch virtuelle Beziehungen⁶¹³, auch kritische Stimmen zu diesen Entwicklungen gibt. Da bei virtueller sozialer Interaktion eine Software bzw. der programmierte Code den Rahmen der Möglichkeiten im Vorfeld festlegt, wird auch der Handlungsrahmen der sozialen Interaktion mitbestimmt.

Welche Beziehung mit welchen Personen aufgebaut werden kann, wie die persönlichen Daten geschützt werden oder welchen Einfluss der Nutzer überhaupt noch auf den Zugriff seiner Daten hat, wird schließlich von den Plattformen und deren Betreibern selbst geregelt. „Code is law“⁶¹⁴ lautet daher Lawrence Lessings Diagnose unserer Zeit. Code bestimmt auch außerhalb des Internets unser Leben. Doch insbesondere Online wird damit entschieden, *wer* Zugang zu *was* hat und *was* mit dem Zugang gemacht werden kann usw. Die Verlagerung alltäglicher Lebensbereiche in digitale Räume verstärkt die Einflussmöglichkeit von softwarebasiertem Code. Ob Einkaufen, Nachrichten lesen

⁶¹¹ Hybride oder Avatare bezeichnen Wesen gemischten Ursprungs halb virtueller/halbe realer Welt. Meist sind solche virtuellen Animationen mit menschlichen bzw. realen Merkmalen, Eigenschaften oder Charakter- bzw. Verhaltensweisen ausgestattet und stellen damit eine Zwischenstufe von realer Welt und virtuellem Cyberspace dar.

⁶¹² Durch die Entkörperlichung der Kommunikation haben sich surrogative Körpersprachsymbole wie Emoticons oder Akronyme als moderne Gefühlskommunikation im Internet etabliert, die über technische Ausdruckformen die Darstellung menschlicher Emotionen ermöglichen. Vgl. hierzu Hess-Lüttich: (N)Etiquette und Subversion, S. 183.

⁶¹³ Eigentlich handelt es sich nicht direkt um virtuelle Beziehungen, sondern um Beziehungen im virtuellen Raum, die nach Andreas Schelskes Vorschlag genaugenommen mit „computergestützten Beziehungen“ zu umschreiben wären. Vgl. Schelske, Andreas: Soziologie vernetzter Medien. Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung. München 2007, S. 113.

⁶¹⁴ Lessig meint mit Code die softwarebasierte Struktur komplexer technischer Programmarchitekturen, die eine öffentliche und vor allem virtuelle Kommunikation überhaupt erst ermöglichen. Vgl. Lessig, Lawrence: Free Culture. The nature and future of creativity. New York 2004.

oder mit Aktien an der Börse handeln: alles wird von digitalen Codes bestimmt und diese bestimmen den Handlungsrahmen und -spielraum. Vor allem bei Jugendlichen, denen man seit Jahren neu gewonnene Freiheiten und Mitspracherechte durch digitale Mediatisierung zuspricht, zeigt sich, dass diese – trotz verstärkter Individualisierung und Enttraditionalisierung – innerhalb neuer struktureller Abhängigkeiten agieren müssen und damit keineswegs die vermeintlich freie Wahl ihrer Handlungsoptionen vollkommen selbst bestimmen können.⁶¹⁵ Die virtuellen Vereinigungen oder Gemeinschaften wären in dieser Sichtweise vorbestimmte Kommunikationsgemeinschaften. Der Begriff von *virtueller Gemeinschaft* wird per se aus wissenschaftlicher Perspektive aber zunehmend in Frage gestellt, da hier die eigentliche Situation der virtuellen Interaktion gruppensoziologisch nicht adäquat genug beschrieben wird. Aus diesem Grund hat sich in der Forschungsliteratur ein aktueller Diskurs vor allem rund um die Begriffe virtuelle Gruppen bzw. virtuelle Netzwerke angesiedelt. Was die drei Begrifflichkeiten Gruppen, Netzwerk und Gemeinschaft im Hinblick auf ein digital-soziales Beziehungsmanagements bedeuten, soll in nachfolgender Differenzierung kurz genauer beschrieben werden.

Beginnend mit dem Begriff *Gruppe* kann festgestellt werden, dass hiermit soziale Gebilde bezeichnet werden, die umfassender sind als dyadische Beziehungen, aber noch kein Ausmaß einer Institution oder Organisation erreicht haben.⁶¹⁶ Übereinstimmungen innerhalb einer Gruppe werden durch die Kontinuität von Kommunikations- und Interaktionsprozessen als „relative Dauerhaftigkeit“⁶¹⁷ beschrieben. Zusammen mit der Reziprozität eines solchen Austausches kann dies als wichtiges Merkmal von Gruppen genannt werden. Die Mitglieder einer Gruppe profitieren entweder vom sachlich-instrumentellen Vorteil (z. B. Teamarbeit, Wissensvermittlung etc.) oder vom sozio-emotionalen Vorteil (Wir-Gefühl, Werte und Normen, soziale Unterstützung etc.). Beide Vorteilsanlässe können durchaus gemischt werden und sind als nicht sonderlich starr zu betrachten. Wichtig ist, dass eine klare Abgrenzung gegenüber anderen nach außen statt-

⁶¹⁵ Vgl. Hugger, Kai-Uwe: Abschied von der Netzgeneration: Von den Digital Natives zu den Jugendkulturen. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (Hrsg.): Dieter-Baacke Preis - Handbuch 5. Jugend – Medien – Kultur. Medienpädagogische Konzepte und Projekte. München 2010, S.18-24, hier S. 24.

⁶¹⁶ Vgl. Schäfers: Gruppensoziologie, S. 19.

⁶¹⁷ Neidhard, Friedhelm: Innere Prozesse und Außenweltbedingungen sozialer Gruppen. In: Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Einführung in die Gruppensoziologie. Geschichte, Theorien, Analysen. 3., korr. Aufl. Wiebelsheim 1999, S. 135-156, hier S. 135.

finden kann, um die eigene „Gruppenidentität“⁶¹⁸ zu sichern. Dies kann ebenso in Form von gruppeninternen Normen oder Hierarchien erfolgen, wie über Differenzierung zwischen Mitgliedern und Nicht-Gruppenmitgliedern.⁶¹⁹ Dennoch kann ein absoluter Ausschluss potenziell neuer Mitglieder bzw. Außenstehender auch zum destruktiven Element innerhalb einer Gruppe werden.⁶²⁰ Werden Kontroll- oder Anpassungsdruck innerhalb einer Gruppe für die Mitglieder zu groß, so besteht ein erhöhtes Risiko der Abwanderung bzw. eines Wechsels in eine attraktivere Konkurrenzgruppe.⁶²¹ Das Bindungsvermögen, die Stärke und der Erfolg einer Gruppe hängen damit wesentlich auch von der Konsensfähigkeit der Mitglieder ab.

Widmet man sich dem Begriff des *Netzwerks*, so zwingt sich dem medienversierten Betrachter ein Begriffstransfer für soziale Beziehungen im Rahmen computervermittelter Kommunikation geradezu auf. Nicht zuletzt deshalb, weil der Struktur und der Medialität des Internets eine umfassende Vernetzung und Netzwerktopologie zu Eigen ist. Im Vergleich zur Gruppe weisen Netzwerke allerdings in der Regel eine deutlich höhere Mitgliederzahl auf und eine stark verminderte Beziehungsdichte. Netzwerkteilnehmer pflegen eher viele, statt vertiefende Beziehungen. Damit einher geht auch eine deutlich geringere Bindung an diese Netzwerkbeziehungen, als dies bei Gruppen der Fall ist. Auch die Kommunikation findet eher bedarfsorientiert statt und ist im sozialen Kontext längst nicht so gut dafür geeignet, ein „Wir-Gefühl“ zu etablieren.

Wesentlicher Aspekt von Netzwerken ist ihr offener und aufgeschlossener Umgang gegenüber Nicht-Mitgliedern. Der Zugang und Einstieg in ein Netzwerk ist deutlich leichter. Netzwerke leben geradezu von dieser Anschlussfähigkeit und erreichen damit meist eine größere Reichweite als Gruppen. Besteht ein ausreichender Beweggrund im Netzwerk die persönliche Verbindung zu intensivieren, so kann innerhalb von Netzwerken

⁶¹⁸ Schäfers, Bernhard: Entwicklung der Gruppensoziologie und Eigenständigkeit der Gruppe als Sozialgebilde. In: ders. (Hrsg.): Einführung in die Gruppensoziologie. Geschichte, Theorien, Analysen. 3., korr. Aufl. Wiebelsheim 1999, S. 19-36, hier S. 20.

⁶¹⁹ Vgl. ebd., S 20f.

⁶²⁰ Gemeint ist dabei, dass zu enge Bindungen einer Abschottung gleichkommen und damit die Gruppe schwächen bis zerstören können. Vgl. Granovetter: The Strength of Weak Ties, S. 136ff.

⁶²¹ Granovetter spricht hier von potentiellen „Mitgliedschaftsalternativen“. Granovetter: The Strength of Weak Ties, S. 138.

auch eine Gruppe gebildet werden.⁶²² Christian Stegbauer spricht daher bei Netzwerken als Vorformen sozialer Gruppen, da die Option einer Gruppenbildung von Beginn an eingeschlossen ist.⁶²³

Historisch betrachtet stellt der Begriff der *Gemeinschaft* den Traditionsreichsten der drei Begriffe dar. Die neuere Forschung bewegt sich weg von tradierten Definitionen und verortet die Gemeinschaft in Abgrenzung zur sozialen Gruppe. Nicola Döring bezeichnet mit dem Begriff der *Gemeinschaft* jene sozialen Gruppen, die sich durch einen besonders engen Bezug sozioemotionaler Verbindung hervorheben und von ihren Mitgliedern auch als Primärgruppe angesehen werden.⁶²⁴ Es scheint in der Forschung weitgehend der Konsens zu bestehen, dass das elementare Merkmal einer Gemeinschaft die starke emotionale Bindung ihrer Mitglieder ist. In Abgrenzung zur Gruppe definiert sie sich durch ein ausgeprägteres 'Wir-Gefühl' und den „Konnotationen von Wärme, Geborgenheit [und; Anm. d. Verf.] Heimat.“⁶²⁵ Der Ein- oder Austritt aus einer Gemeinschaft gestaltet sich aufgrund der engeren (emotionalen) Bindungen auch deutlich schwieriger als im Vergleich zu sozialen Gruppen.

Wichtig für die Ausbildung sozialer Beziehungen im virtuellen Cyberspace ist damit nicht mehr eine verpflichtend körperliche bzw. räumlich-geographische Anwesenheit der Kommunikationsteilnehmer, sondern bereits die Gemeinschaftserfahrung im Netzwerk bildet die notwendige Voraussetzung und soziale Nähe zur Entwicklung von Gruppen. Dennoch begründet allein „die Existenz eines Online-Forum[s] [...] noch keine virtuelle Gruppe“⁶²⁶, sondern es bedarf einer gewissen Anzahl an Mitgliedern, die regelmäßig miteinander kommunizieren. Nicht aktive Mitglieder bzw. passive Mitglieder in Gruppen, die nicht aktiv an der gruppeneigenen Kommunikation teilnehmen bzw. nicht zur Interaktion beitragen (sog. Lurker), werden dementsprechend auch als störend

⁶²² Stegbauer, Christian: Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden 2001, S. 70.

⁶²³ Vgl. ebd., S. 91.

⁶²⁴ Vgl. Döring: Sozialpsychologie des Internets, S. 493.

⁶²⁵ Ebd., S. 493.

⁶²⁶ Ebd., S. 501.

empfundene.⁶²⁷ Des Weiteren ist es auch für virtuelle Gruppe wichtig, sich gegenüber Anderen bzw. Außenstehenden abzugrenzen, sowie gruppeninterne Kommunikations- oder Handlungsweisen zu entwickeln, die nach Innen wie Außen anerkannte Regeln etablieren. Die so entwickelte Netikette⁶²⁸ hat sich als für viele virtuelle Gruppen grundlegendes Verhaltensregelwerk schnell einen Namen gemacht.

Eine Reglementierung wird wichtig, damit zwischen den Mitgliedern einer solchen Gruppe das Vertrauen für interpersonale Kommunikation aufgebaut werden kann, welches als „spezifische Erfolgsfaktoren“ der „Mitgliederbindung und Mitgliederzufriedenheit“⁶²⁹ gewertet wird. Es muss daher unterschieden werden, welchen Bindungsgrad die jeweiligen virtuellen Gruppen aufweisen können. So ist die Interaktion im Chat eine signifikant andere, als die in Newsgroups oder Mailinglisten. In letzteren nimmt daher auch das Kommunikations- und Beziehungsmanagement eine untergeordnete Rolle ein, da dort stark bedarfsorientiert gehandelt wird. Hier trifft die Bezeichnung *Netzwerk* deutlich treffender zu, als dies für andere Gruppen der Fall wäre. Letztlich muss aber jede Form empirisch genau beobachtet werden, um Gruppen im Internet zu konstituieren. Nicola Döring schlägt zur besseren Differenzierung der Gruppen daher vier zentrale Kategorien vor, die für Gruppen innerhalb wie außerhalb des Internets Gültigkeit besitzen: (1) gegenseitigen Austausch innerhalb der Gruppe, (2) Binnendifferenzierung/Abgrenzung nach außen, (3) Identifikation (Wir-Gefühl) und (4) Kollaboration.⁶³⁰ Für eine dauerhafte Etablierung virtueller wie realer Gruppenbildung bleibt der Faktor *Zeit* ebenfalls ein elementar wichtiger Bestandteil:

Wie schnell das Medium „Internet“ an sich auch sein und reagieren mag, in der Umsetzung einer Online-Community wird diese Geschwindigkeit wieder auf normale, menschliche Maße reduziert. Es dauert Wochen und Monate, manchmal Jahre, bis Teilnehmer sich kennen, wirklich Vertrauen schenken und tatsächlich eine Gemeinschaft bilden.⁶³¹

⁶²⁷ Auch in Netzwerken werden Lurker als störend empfunden. Aufgrund der Größe des Netzwerks fallen solche Phänomene aber meist deutlich weniger auf. Vgl. zum Phänomen der *Lurker* auch übergreifend Stegbauer, Christian/Rausch, Alexander: Die schweigende Mehrheit – „Lurker“ in internetbasierten Diskussionsforen. In: Zeitschrift für Soziologie, 30 (2001), S. 47-64.

⁶²⁸ Siehe hierzu die Ausführungen von Jannis Androutsopoulos. Androutsopoulos, Jannis: „bitte klein und höflich“. Höflichkeit im Internet zwischen Netikette, Chatikette und Gruppennormen. In: Praxis Deutsch 31/2003, Heft 178, S.42-46.

⁶²⁹ Schelske: Soziologie vernetzter Medien, S. 122.

⁶³⁰ Döring: Sozialpsychologie des Internets, S. 502.

⁶³¹ Schelske: Soziologie vernetzter Medien, S. 109.

Heute ist die omnimediale Vernetzung flächendeckende Realität und eine virtuelle Zugehörigkeit zu Gruppen kann als sozial verpflichtende Voraussetzung zur virtuellen Beziehungsarbeit verstanden werden. Dies belegen auch empirische Erhebungen: Mit 74 Prozent sind knapp drei Viertel aller Internetnutzer in mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet.⁶³² Davon sind 66 Prozent aktive Nutzer, wobei ein Großteil der Mitgliedschaft auf die unter 30-Jährigen (92 Prozent) entfällt. Mit Abstand wird in Deutschland Facebook als *das* soziale Netzwerk genutzt (45 Prozent). Darauf folgen weit abgeschlagen StayFriends (14 Prozent) und wer-kennt-wen (12 Prozent). Wer welches Netzwerk für sich nutzt, variiert sehr stark mit dem Alter. Während vor allem die 14-29-Jährigen bei Facebook sind, ist ein wesentlicher Teil der 30-49-Jährigen bei StayFriends aktiv. Ein täglicher Check des eigenen sozialen Netzwerks gehört für mehr als die Hälfte bereits zur Routine. Gerade einmal 11 Prozent können als sogenannte „heavy User“ bezeichnet werden, die mehr als zwei Stunden täglich in ihren sozialen Netzwerken aktiv sind. Für die meisten Nutzer steht laut Studie im sozialen Netzwerk der kommunikative Austausch mit Freunden an erster Stelle. Erst danach folgt das Informieren zu Events und anderen Dingen für Freizeit und Beruf. Immerhin ein Viertel der Community-Mitglieder spielen aktiv Social Games.

Es kann festgehalten werden, dass eine primäre Motivation zur Nutzung sozialer Netzwerke der Austausch mit auch im realen Leben bestehenden Freundschaften ist. Das Kennenlernen neuer Freunde über das Internet ist allerdings für annähernd so viele mindestens ebenso interessant. Erst danach folgt die Nutzung des Netzwerks als Informationskanal über aktuelles Tagesgeschehen.⁶³³ Meist wird von zu Hause aus im sozialen Netzwerk kommuniziert. Drei von zehn Nutzern nennen auch den Arbeitsplatz als Zugangspunkt. Hinzu kommen vier von zehn Nutzern, die sich von unterwegs einloggen. Damit bleiben PC und Laptop mit jeweils rund 70 Prozent zunächst Zugangsmedium Nr. 1. Smartphones werden bisher von nur einem Drittel benutzt.⁶³⁴

Wie Befragungen zeigen, hat sich ein Großteil der Nutzer zwar grundsätzlich mit den Privatsphäreinstellungen seines Netzwerks auseinandergesetzt, dennoch haben sich

⁶³² BITKOM-Studie: Soziale Netzwerke. <http://www.bitkom.org/files/documents/SozialeNetzwerke.pdf> (Stand: 04.08.2012), S. 4.

⁶³³ Vgl. ebd., S. 4.

⁶³⁴ Vgl. ebd., S. 4.

rund 11 Prozent der Nutzer noch gar nicht damit befasst.⁶³⁵ Bezeichnender Weise sind aber 96 Prozent der Befragten die Sicherheit der persönlichen Daten besonders wichtig, dicht gefolgt von 93 Prozent mit Präferenzen von Privatsphäreinstellungen.⁶³⁶ 88 Prozent ist die Benutzerfreundlichkeit wichtig. Ironisch ist dieses primäre Entscheidungskriterium vor allem deshalb, weil sozialen Netzwerken wie Facebook immer wieder ein zweifelhafter Umgang mit den persönlichen Nutzerdaten gerade in puncto Datenschutz vorgeworfen wird. Wie bereits in Kapitel 3.3 dieser Arbeit gezeigt, ist es um das Vertrauen in den Datenschutz derzeit eher schlecht bestellt. Bei allen sozialen Netzwerken haben mindestens die Hälfte aller Nutzer nur wenig oder gar kein Vertrauen in Datenschutz und Datensicherheit. Dies ist dann auch der maßgebliche Grund, warum sich Onliner bewusst gegen eine Anmeldung entscheiden. Ein weiterer Grund für das Fernbleiben aus Social Communities besteht darin, dass kein Sinn oder Nutzen in deren Verwendung gesehen wird. Die Angst vor einer Unkontrollierbarkeit persönlicher Informationen überwiegt aber, da jeder vierte Nicht-Nutzer potentielle negative Folge für das eigene Privatleben fürchtet.⁶³⁷

Diese Erkenntnis unterstreicht einen Teilaspekt der ersten These dieser Arbeit zur omnimedialen Individualpräsenz durch das Internet. Hier spielt vor allem die Glaubwürdigkeit von Information aus internetisierten Mediensystemen eine wichtige Rolle für eine Bereitschaft der individuellen Selbstdarstellung und den Umfang der hinterlegten Daten. Ein gewandeltes Vertrauensverhältnis in Mediensysteme verändert auch grundlegend die gesellschaftliche Bereitschaft sich noch aktiver darin zu präsentieren.

Gerade die tiefgehende Integration der eigenen Persönlichkeit in eine omnimediale Gesellschaftsform soll im letzten Punkt dieses Kapitels aufgezeigt werden.

⁶³⁵ Vgl. BITKOM-Studie: Soziale Netzwerke. S. 5.

⁶³⁶ Vgl. ebd., S. 5.

⁶³⁷ Vgl. ebd., S. 5.

4.5. *Von Medienemergenz zur omnimedialen Synthese*

Der Gedanke einer Weltbürgerschaft ist keineswegs neu, sondern wird bereits von Immanuel Kant in seinem Werk „Zum ewigen Frieden“ (1795) gefordert. Hier argumentiert Kant, dass Demokratien letztlich nur als Weltbürgergesellschaft möglich wären, statt in einzel- oder nationalstaatlicher Form parallel zu existieren. Für Kant war allerdings die Gewährleistung eines Weltbürgerrechts für alle die grundlegende Voraussetzung für den Erfolg dieses Systems. Die Auflösung einer solchen Paradoxie nationalstaatlicher Gegebenheit bleibt Kant aber schuldig. Beck sieht daher den Schlüssel (einer Grundrechtsgarantie) in Kooperationsverfahren und -unabhängigkeiten.⁶³⁸ Mit der Europäischen Union sieht Richard Rorty den einzelnen Bürger in das vereinte Europa ebenso stark verwurzelt, wie es das Bewusstsein amerikanischer Urväter bei der Gründung des Staates Amerika war.⁶³⁹ Rorty macht an der Verwurzelung die Grundbedingungen einer Gesellschaft fest, da diese auf Normen und funktionalen Verhaltensanweisungen basiert. Damit werde allen Mitgliedern der Gemeinschaft die Erreichung persönlicher Ziele in der Gesellschaft erleichtert.

In den letzten Jahrzehnten ließ sich nicht nur eine zunehmende Globalisierung feststellen, sondern auch eine Mediensystemkonvergenz, die eine Konzentration auf wenige Medieninstitutionen mit sich brachte. Wenige Medien erreichen eine hohe Reichweite in der globalen Nutzerschaft. Was sich zunächst als Ausdifferenzierung und Fragmentierung darstellt, verbindet sich auf globaler Ebene zu nur wenigen Mega-Medienkonzernen, die mit wirtschaftlichen Interessen enormen Einfluss und Machtpotentiale vereinen. Ebenfalls spielt die Privatisierung mit vornehmlich ökonomischen Interessen eine wichtige Rolle für die Konformität und Inhaltsdeklaration solcher Unternehmen. Politische Interessen oder journalistische Objektivität treten hier in den Hintergrund und weichen ökonomischen Zielsetzungen. Mit der Besetzung von Schlüsselpositionen als informationsstrukturelle Kommunikationsplattformen verteilen sich die Werkzeuge onlinebasierter Organisation auf nur eine Handvoll Unternehmen wie

⁶³⁸ Vgl. Beck, Ulrich: Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. Frankfurt a. M., 1997, S. 161.

⁶³⁹ Vgl. Rorty, Richard: Dürfen die Vereinigten Staaten einen Präventivkrieg gegen den Irak führen? In: Die Zeit, Nr. 7, vom 06.02.2003.

Microsoft, Google, Apple, Facebook oder Twitter. Inhalte werden im Internet daher häufig als medial-ökonomische Kapitalressource für monetäre Gegenwerte angeboten.⁶⁴⁰

Der wichtigste Erfolgsfaktor und die treibende Kraft vollkommen neuer Berufszweige einer ganzen Mediensparte für elektronische Marktplätze, E-Commerce oder E-Procurement-Systeme⁶⁴¹ lässt sich auf den Punkt bringen: „Content is King.“⁶⁴² Mit der ökonomischen Distribution systematisch katalogisierter Inhalte über das Internet hat sich eine Vielzahl an digitalen Geschäftsmodellen entwickelt, die eine eigene Industrie auf den Plan gerufen haben. Eine der berühmtesten Orte dieser Entwicklung ist das „Silicon Valley“⁶⁴³ im südlichen Teil San Franciscos in den USA. Mechanismen und Prinzipien einer demokratisch legitimierten Kontrolle über Inhalte oder die Medienplattformen lassen sich nur durch wirtschaftliche, politische oder rechtliche Auseinandersetzungen mit den dort ansässigen Großkonzernen herausbilden.

In neueren Forschungsansätzen wird zum Teil von einem Wandel der Medienkulturlandschaft hin zur reinen Konsumgütergesellschaft gesprochen, bei der das gesamte Gesellschaftsmodell auf Konsum basiert und sich Menschen selbst wie Waren bewerten und entsprechend agieren.⁶⁴⁴ Auf den starken Einfluss von Marken wie bspw. der hier genannten Konsumgüterindustrie auf die Orientierungsfunktion in omnimedialen Gesellschaften wurde bereits in Kapitel 3.1 sowie 4.1 hingewiesen. Daher sein an dieser Stellen nochmals an die Ausführung erinnert, dass Marken strukturierte Sicherheit in der hyperkomplexen Welt einer omnimedialen Gesellschaft vermitteln. Markenbildungsprozesse werden auf gesellschaftliche Identitätsausbildung in Form einer sozialen Positionierung im Gesellschaftssystem übertragen. Dies fördert die dynamische Orientierung persönlicher Werte an etablierten Marken.

⁶⁴⁰ Der Begriff Inhalt (und das englischsprachige Pendant *Content*) ist gerade durch Digitalmedien neu belegt worden. Gemeint sind damit alle inhaltlichen Formen von Informationen, Nachrichten, Musik, Literatur, Film, Kunst usw. Inhalte, die durch Abruf einem Nutzer zur individuellen Programmgestaltung zur Verfügung gestellt werden. Die weitere Dimension des Begriffs bezieht sich auch auf eine wirtschaftliche Verwertbarkeit des kostenpflichtig bereitgestellten *Contents* vor allem über das Internet.

⁶⁴¹ Mit E-Procurement (engl. Procurement = Beschaffung im kommerziellen Sinne) wird die Beschaffung von Gütern oder Dienstleistungen über das Internet bezeichnet.

⁶⁴² Poole, K.J./Durieux, P.: Content Management: The Critical Success Factor for E-procurement. Ernst & Young LLP. San Francisco 1999.

⁶⁴³ Die Bezeichnung geht zurück auf einen Artikel des Journalisten Don C. Hoefler im Rahmen einer ganzen Serie über die Halbleiterindustrie in den *Electronic News* im Jahr 1971. Vgl. <http://www.siliconvalley-usa.com/about/torman.html> (Stand: 5.6.2012).

⁶⁴⁴ Vgl. hierzu Stellvertretend Bauman, Zygmunt: Leben als Konsum. Hamburg 2007.

Medien spielen für diesen sozialen Wandel eine wichtige Schlüsselrolle und werden daher rund um die Forschung zur Mediatisierungstheorien in Fragestellungen auf die Wechselverhältnisse von Medien- und Kommunikationswandel, sowie den damit verbundenen Kultur- und Gesellschaftswandel untersucht.⁶⁴⁵ Hierbei kann aber noch keineswegs von einer einheitlichen oder gar geschlossenen Theorie gesprochen werden, da sich eine Vielzahl der Beiträge vor allem der *Wirkungsforschung* einer Mediatisierung für Kultur und Gesellschaft zuordnen lassen.⁶⁴⁶

Eine der medienwissenschaftlichen Beobachtung der letzten Jahrzehnte war es, festzustellen, dass die weiterentwickelte Kommunikation eine grundlegende Veränderung vor allem der Schriftkultur mit sich brachte. Der Trend hin zur visuellen Bildkultur wurde durch mediale Mimesisverfahren digitaler Medien schnell vorangetrieben, die es uns ermöglichen in virtuellen Welten neue Realitäten teilweise ohne Schrift zu erschließen. Das in diesen artifiziellen Realitäten gelebte Gesellschaftsbild wird determiniert durch virtuelle Kommunikation. Hier sind Dimensionen wie Raum, Zeit oder auch demographische Merkmale nicht mehr gleichwertig relevant wie in der realen Welt. Es können alle beliebigen Simulationen gelebt werden und ein Alter Ego im Cyberspace vollkommen unterschiedlich von real existierenden Personen sein. Gerade durch solche medienübergreifenden Verlagerungsströme technisch-medialer Vernetzung bilden sich neue soziale Räume, die eine physische Ortsbindung von Gemeinschaft aufhebt.⁶⁴⁷

Es zeigte sich, dass die bisherige Mediumstheorie zu kurz greift, wenn sie durch Einzelmedien oder am Beispiel *eines* Leitmedien zu erklären versucht, wie unsere heutige Kultur und Gesellschaft geprägt wird. Von der Schrift zum Buch, vom Fernsehen bis zur digitalen Medienlandschaft: die omnimediale Mediatisierungslandschaft wirkt als kommunikativer Einfluss auf die Kultur in mehrdimensionaler Weise.

In dieser Kadrierung kann der omnimediale Einfluss auf die Gesellschaft als symbolisch-kommunikative Formgebung greifbar gemacht werden, die in mannigfaltiger Ausprägung eben auch immer mit der Kultur verbunden ist. Medienkultur ist mit den me-

⁶⁴⁵ Siehe hierzu Lundby, Knut: Introduction: ‚Mediatization‘ as a Key. In: Lundby, Knut (Hrsg.): *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York u. a. 2009, S. 1–18.

⁶⁴⁶ Livingstone, Sonia M.: On the mediation of everything. In: *Journal of Communication*, Heft 59 (2009), S. 1-18.

⁶⁴⁷ Beck: Was ist Globalisierung? S. 57.

dialen Kommunikationsformen genauso durchzogen, wie es virtuelle Gemeinschaften mit realen Kulturformen sind. Ein globales Weltsystem scheint in dieser Form Einzelgesellschaften aufzulösen und wirtschaftliche, politische, soziale und normative Strukturen aller Klassen, Kulturen, Milieus usw. zu verändern und diese in sich aufzunehmen.⁶⁴⁸ Es folgt eine zunehmende Konvergenz nicht nur der benachbarten Kulturen, sondern der globalen Kultur.⁶⁴⁹ Ein systemimmanenter Positionierungszwang für alle Menschen in dieser globalen Kultur ist damit aber keineswegs nivelliert, wird aber doch auf ein Neues – ein omnimediales – Reflexionsniveau gehoben. Die Vernetzung des globalen Medienverbunds löst die Einzelmedien auf, um letztlich in omnimedialer Mediatisierung die bisherigen Konvergenzen als evolutionäre Mediensynthese zu verdichten. Ein solches funktionales Zusammenspiel omnimedialer Systeme verlagert sich von crossmedialen oder intermedialen Strukturen hin zu omnimedialen Komplementaritäten.

Erst das omnimediale Agieren und Kombinieren bringt die eigentliche Funktion von Medien in einer Hyperplattform wie dem Internet zutage. Alle Daten sind in allen Mediensystemen, zu jeder Zeit an jedem Ort verfügbar, abrufbar und veränderbar und schlichtweg universal präsent vernetzt. Was im Medienverbund noch als computergesteuertes Algorithmensystem funktionierte, wird durch omnimediale Verschmelzung als real-artifizielles Wirklichkeitssurrogat synthetisiert und erweitert die individuellen Handlungskompetenzen.

Für die Musikindustrie beispielweise hat die Digitalisierung und Datenkompression in höchster Qualität einen alltäglich sichtbaren Wandel global vollzogen. Musik ist in digitaler Form medienübergreifend verfügbar geworden und kann überall in gleicher Qualität ausgeliefert werden. Die Bedeutung bisheriger Tonträger hat an Gewicht verloren, da die komfortable Form digitaler Musik mit den Vorteilen der Entkörperlichung das sog. *Sharing* und Vernetzen unendlich oft und auf beliebige Weise ermöglicht. Und so versuchen Künstler heute oftmals ohne eine traditionelle Plattenfirma ihr Glück über den Distributionskanal Internet. Auf diese Weise entkoppeln sie sich vom bisherigen System der großen Studios und können Ihre Karriere auch in Eigenregie vorantreiben.

⁶⁴⁸ Vgl. Wallerstein, Immanuel: Klassenanalyse und Weltsystemanalyse. Soziale Ungleichheiten, Soziale Welt. Sonderband 2, 1983.

⁶⁴⁹ Vgl. Beck: Was ist Globalisierung? S. 81.

Aber auch die Studios profitieren durch Foren, Fangemeinden und Musikplattformen von der omnimedialen Entwicklung. Nie zuvor konnte so leicht eine globale Fangemeinde in direkten Kontakt mit ihren Stars treten. Mit der Zusammenlegung der Einzelmedienkanäle zur omnimedialen Interaktionsform sind daher auch die bisherigen Strukturen und der Stellenwert sozialer Interaktion zwischen Fan und Künstler, Newcomer und Weltstar gravierend verändert worden.

Dies gilt gleichermaßen für die Film- und Fernsehindustrie und deren Schauspieler, die sich mit eigenen Videokanälen oder digitalisiertem Bewegtbild den neuen Strukturen der omnimedialen Gesellschaft anpassen. Hier wird bereits bei der Produktion alles auf Digital umgestellt und in hoher Qualität neben DVD und BlueRay auch als Stream im Internet bereitgestellt. Der Film- und Fernsbereich hat mit seiner starken kulturellen Relevanz ganz entscheidende Einschnitte durch Omnimedialität erfahren. Es gibt kaum noch ein technisches Gerät, das nicht das Abspielen von Videoformaten beherrscht. Mit der Vernetzung wird auch das Duplizieren nicht mehr notwendig, da hier nur noch der Zugang zu den digitalen Daten eine Rolle spielt. Hier sind Dienste wie die des Cloud Computing treibende Kräfte des Trends zu medialer Entmaterialisierung.

An solchen Entwicklungen lässt sich ablesen, dass das Konsum- und Rezeptionsverhalten auch die Erwartungshalten und Handlungsweisen der globalen Kulturgemeinden näher zusammenbringt. Die omnimedialen Partizipationsmöglichkeiten lassen bisherige Unterschiede ineinanderfließen und vermengen alle Strömungen und Einflüsse kultureller, sozialer und ökonomischer Verhaltensweisen. Das daraus entstandene Angebot wiederum hat erneut Einfluss auf das Nutzungsverhalten mit neuen Inhalten. In dieser Spirale werden Wellen und Strömungen in der Mediennutzung auch als Indikatoren für Lebensentwürfe und veränderte gemeinschaftliche Strukturen sichtbar. Daraus lassen sich wiederum Abgrenzungen gegenüber bisherigen Verhaltensweisen ableiten, die eine Umformung auch kultureller Werte, Traditionen und Handlungsweisen erkennbar werden lassen, die sich global konvergent verhält. Verwiesen sei an dieser Stelle auf die Ausführungen des Kapitels 3.4 zur Milieu-Theorie und der Ableitung, dass Meta-Milieus über Ländergrenzen hinaus erkennbar sind, die mit ähnlichen Mustern ein Milieu-Gesamtbild zusammenfassend sichtbar machen.

Die verstärkte Konvergenz formt sich in der omnimedialen Gesellschaft aus, die eine emergente Synthese ihrer medialen Systemstruktur aufweist. Damit etablieren sich auch

Emergenzen von Lebensentwürfen, kulturellen Symbolen und kommunikativen Verhaltensweisen, die charakteristisch für eine omnimediale Gesellschaft sind. Eine omnimediale Gesellschaft zeichnet sich aber auch durch den Fortbestand dialektischer Prozesse aus. Globalisierung ist in diesem Zusammenhang auch nicht gleichbedeutend mit einer Gleichschaltung von Kulturen zu verstehen. Vielmehr existiert durch die Omnimedialität der Gesellschaft eine Vielzahl alternativer Lebensentwürfe parallel nebeneinander, die zahlreiche Kombinationen erlaubt und je nach Sinn und Zweck der eigenen Lebens- und Gruppenidentität als Kollage zusammengestellt werden können.⁶⁵⁰ Die globale Symbiose medialer Vernetzung bewirkt soziokulturelle Individualisierungsbedürfnisse auf gesellschaftlicher wie medialer Kommunikationsebene und macht eine reflektierte Identitätsausbildung damit deutlich komplexer.

Veränderung und Dynamik bleiben trotz starker Konvergenz von Chancen und Möglichkeiten weiterhin bestehen. Hier tritt sogar noch eine verstärkte Dialektik auf: Individualität trifft auf Kollektivität, Zentralisierung auf Dezentralisierung, Globalisierung auf Lokalisierung. Sicherlich lässt sich mit diesen Beobachtungen auch der große Erfolg junger Online-Unternehmen erklären, die sich auf eben diese Dialektik in Ihren Geschäftsmodellen konzentrieren. Hier sind massenmediale Individualdienstleitungen für das direkte Lebensumfeld wie Groupon, DailyDeal oder Smartshopping innerhalb kürzester Zeit extrem bekannt, beliebt und erfolgreich geworden.⁶⁵¹ Auch das ist eines der bezeichnenden Eigenschaften einer omnimedialen Weltgesellschaft: kommunikative Hypes multiplizieren sich in kürzester Zeit.

⁶⁵⁰ Vgl. Beck: Was ist Globalisierung? S. 100.

⁶⁵¹ Siehe hierzu die Webseiten <http://www.groupon.de>; <http://www.dailydeal.de> und <http://www.smartshopping.de> (Stand: 13.05.2012).

5. Schlussbetrachtung und Ausblick

Mit dem Einzug neuer (insbesondere digitaler) Medien in unseren Lebensalltag haben sich nicht nur technologische Innovationen etabliert, sondern auch die Wahrnehmung der Welt und damit unser Wirklichkeitsverständnis massiv verändert. Der „medialen Durchdringung aller und insbesondere auch der privaten Bereiche der sozialen Lebenswelt“⁶⁵² folgend hat sich auch ein akademisches Interesse um diese Entwicklung formiert. Die fortschreitende Mediatisierung dominiert alle Lebensbereiche in immer kürzeren Zeitabständen und fordert – wie in der zentrale These dieser Arbeit formuliert – eine omnimediale Gesellschaftsform.

Die mediale Interaktion der Gesellschaft hat sich heute zu einer alles umfassenden Kommunikation gesellschaftlicher Mediensystemen weiterentwickelt und vereint diese durch omnimediale Vernetzung. Dies stellt auch den wissenschaftlichen Diskurs einer Literatur- und Medienwissenschaft vor die Herausforderung interdisziplinär zu bearbeitender Problemstellungen.

Die vorliegende Untersuchung wurde daher in drei großen Abschnitten geführt: Im ersten Abschnitt wurden wichtige Theorien literatur- und medienwissenschaftlicher Forschung zusammenfassend aufgearbeitet und kommentiert. Im zweiten Abschnitt wurde der Systemzustand der omnimedialen Vernetzung in möglichst facettenreicher Ausprägung untersucht und die Wirkungsweisen der medialen Systeme näher betrachtet. Der dritte Abschnitt verortete die zentralen Thesen und lieferte weiterführende und vertiefende Beobachtungen und Erkenntnissen der omnimedialen Gesellschaft als globale Symbiose medialer Vernetzung aller Bereiche menschlichen Lebens durch Kommunikation. Entsprechend der genannten dreistufigen Aufteilung wird im vorliegenden Ergebnisteil eine zusammenhängende Ergebnissicherung der konsolidierten Erkenntnis aus den Kapiteln dieser Arbeit aufbereitet.

Auf der Suche nach Antworten über die Herausbildung der omnimedialen Gesellschaftsform schließen sich umgehend weiterführende Fragestellungen an, die sich neben der Omnimedialität auch für Wechselwirkungen, sozialen Wandel, mediale Funktionen, Machtverhältnisse und Chancen/Risiken interessieren. Das Ergebnis der vorliegenden

⁶⁵² Weiß: Kommunikationswissenschaft als Beruf, S. 6.

Untersuchung leistet vor allem einen Beitrag über Funktions- und Wirkungsweisen von Medien und Kommunikation unserer omnimedialen Gesellschaft, indem es die veränderten Verhaltens-, Funktions- und Umgangsweisen im Hinblick auf kulturelle, soziale und gesellschaftliche Vernetzung beschrieben hat. Mit Anleihen der Methoden systemtheoretischer Medienanalyse und literaturwissenschaftlicher Medientheorie wurde ermöglicht, auch die kommunikativen Facetten aktueller (medialer) Kommunikationsprozesse ebenso empirisch präzise wie qualitativ mit Beobachtungen zweiter Ordnung (als reflexive Medienobservation) zu analysieren. Dies galt es insbesondere zu forcieren, da viele Grundlagentexte der Medienwissenschaft oftmals eher eine Sammlung essayistischer Veröffentlichungen darstellen. Neben Untersuchung und Interpretation der Funktionen verschiedener Mediensysteme sind auch Statistiken, Trendforschung und Marketingmethoden eingeflossen. Dem Umstand kontinuierlicher dynamischer Veränderung des Betrachtungsgegenstandes von Medien und Kommunikation wurde mit der Analyse auf Metaebene, zusammen mit dem interdisziplinären Ansatz Rechnung getragen. Medien und Kommunikation sind ein dynamisch veränderlicher Prozess, der maßgeblichen Einfluss auf die Evolutionsgeschichte der Menschheit und ihrer Kultur hat.

Leider herrscht nach wie vor bei der Einordnung und Rezeption von Medientheorie ein gewisses Maß an Verwirrung. Schuld daran sind veränderliche Kategorien und mangelnde Kanonbildung, sowie die rasante technische Evolution, die den systematischen Blick über die Forschungslage immer wieder verwässern. Mit frühen Ansätzen von Walter Benjamin formte sich die Erkenntnis, dass sich menschliche Sinneswahrnehmungen gemeinsam mit den Medien verändern. Medien konstruieren die wahrnehmbare Wirklichkeit und erwirken einen Perspektivenwechsel auf unser Selbstverständnis. Marshall McLuhan bezeichnet Medien dann sogar als Körperextensionen, die die eingeschränkten Funktionen des menschlichen Körpers künstlich erweitern.

Es lässt sich übergreifend ableiten, dass ein Wandel der Medienlandschaft auch immer einen sozialen Wandel im System der Gesellschaft mit sich bringt. Immer wieder ist Ausgangspunkt technischer Entwicklungen aber die kulturell geprägte Vision einer zukünftigen Gesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel gründet also nicht zwangsläufig auf technologischer Notwendigkeit von evolutionärer Innovation. Mediensysteme werden als Sozialsysteme interpretiert, die mit anderen Sozialsystemen im wechselseitigen Austausch stehen und sich in der Medienumwelt weiterbilden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass alle Diskurse über Medien eine Unterscheidung in entweder technische Systeme oder soziokulturelle Funktionen treffen. Unser digitalisiertes, omnimediales Kommunikationsverhalten erforderte für die Beobachtung einer omnimedial agierenden Gesellschaftsform einen stärker praxistheoretischen Ansatz, der mit Blick auf übergreifende Nutzungsweise vor allem abstrahierend erfassen kann.

Der Medienbegriff dieser Arbeit beinhaltet zwei Ebenen: Erstens werden mediale Wechselwirkungen untersucht, die eine direkte Wirklichkeitserfahrung der Medien beschreiben und erfassen. Zweitens werden auch kulturelle Erscheinungen und nachgelagerte Effekte der ersten Ebene mitberücksichtigt. Aus beiden Ebenen konnte so Wirkung und Sekundäreffekte verarbeitet werden. Leider zieht sich eine Definitionfülle auch für den Begriff der Kommunikation weiter fort. Es lässt sich dennoch feststellen, dass selbst kleinste Teilbereiche unserer Gesellschaft auf Kommunikation basieren und diese für alle Lebensbereiche medial stattfinden. In der Kommunikationswissenschaft wurde bisher vor allem der sozialwissenschaftliche Aspekt einer Wechselwirkung von Gesellschaft mit Medien und Massenkommunikation betrachtet. Diese Disziplin beschäftigt sich mit historischen und empirischen Untersuchungen und beschränkt sich in der Wirkungsforschung vornehmlich auf psychologische Analysen.⁶⁵³

Der Wegfall nonverbaler Kommunikationsfaktoren in digitalen Medien verändert die Wahrnehmung und beeinflusst die Verständnissicherung des Geäußerten. Es herrscht eine Form von Flüchtigkeit im Digitalen vor, die alles darin tendenziell einer „Irreversibilität von Handlungen“⁶⁵⁴ unterzieht. Trotzdem wird weiterhin in der Theoriebildung das *Medium* als technischer Träger von Kommunikation angesehen, obwohl die kommunikative Infrastruktur wesentlich zur Entstehung einer globalen Medienkultur beiträgt. Neue kommunikationswissenschaftliche Ansätze widmen sich daher verstärkt Beziehungsstrukturen, Identitätsbildung oder der öffentlichen Selbstdarstellung als Teil des Medienwandels. Menschen nutzen Medienkommunikation als welterschließende und erfahrungsbildende Funktion, die als *Medialität* zum menschlichen Wirklichkeitsverständnis prägend geworden ist.

⁶⁵³ Vgl. Kepplinger. *Mediatisierungsforschung*, S. 329.

⁶⁵⁴ Thiedeke: *Wir Kosmopoliten*, S. 15.

Aus dem Umfeld literaturwissenschaftlicher Theorie heraus versuchten Autoren wie Götz Großklaus, Michael Wetzel, Michael Gieseke, Fritz Reiner oder Friedrich A. Kittler der symptomatischen Krise der Literaturwissenschaft mit neuen und außergewöhnlichen Medientheorien entgegenzutreten. Medientheorie wird zum Sammelbegriff von „Bemühungen, die Identität, die Funktion, den Status etc. von Medien in der Gesellschaft und für den Einzelnen“⁶⁵⁵ zu beleuchten. Medientheorie ist immer auch mit Mediengeschichte zu verbinden: „die Rede über Medien ist nicht mehr möglich ohne die Rede über Medienevolution.“⁶⁵⁶ Systemtheoretisch-konstruktivistische Konzepte wie etwa von Niklas Luhmann oder Siegfried Schmidt versuchen mit generalistischer Theoriebildung zu Medien und Kommunikation die Schlüsselrolle der Medien in der autopoietischen Reproduktion der Kultur und ihrer Wirklichkeit zu verorten. Die mediale Omnipräsenz verändert automatisch die sozialen Wirklichkeitskonstruktionen: „Das Programm Kultur realisiert sich als Medienkultur, und man könnte fast hinzusetzen: und als nichts anderes.“⁶⁵⁷

Es wird herausgestellt, dass Medien organisierte soziale Handlungssysteme sind, die sich in ihrer Gesamtheit zu einem Mediensystem zusammenschließen lassen. Am Mediensystem und der Medienkompetenz lassen sich daher die Organisationsstruktur und der Entwicklungsgrad der Gesellschaft ablesen. Kulturelle Handlungsweise und kommunikativ vermitteltes Wissen werden dann als Träger von gesellschaftlichen Erinnerungen betrachtet, die als medial-kommunikatives Organisationsprinzip deklariert wird, statt als technischer Medienverbund. Kultur als mediales Kommunikationsprogramm schärft seine Konturen durch die Abgrenzung zum jeweils dominierenden System entweder durch Zustimmung oder Ablehnung. Doch selbst hyperkomplexe Systeme können nicht ohne Konstruktion einer Selbstreferentialität existieren. Sie sind auf die permanente Reproduktion ihrer Identität angewiesen. Dabei werden auch Subsysteme wie Kunst, Politik, Religion, Wirtschaft, Recht etc. als „Netz zusammengehöriger Operationen verstanden, die sich von nicht-dazugehörigen Operationen abgrenzen lassen.“⁶⁵⁸

⁶⁵⁵ Metzler-Lexikon: Medientheorie und Medienwissenschaft, S. 252

⁶⁵⁶ Faßler: Cyber-Moderne, S.9.

⁶⁵⁷ Schmidt: Medien. Kultur. Medienkultur, S. 447

⁶⁵⁸ Willke: Systemtheorie, S. 56.

Wirklichkeitskonstruktion ist auf den Dialog mit der Umwelt angewiesen. Medien dynamisieren die Veränderlichkeit dieser Alltagswirklichkeit durch koordinatorische, organisatorische und strukturierende Funktionen für unsere Realität. *Realität* bezeichnet hierbei die physikalische Welt, *Wirklichkeit* die individulkognitive Erlebniswelt jedes einzelnen Menschen. Unsere Wirklichkeit formt sich aus realen Rahmenbedingungen, die mit den digitalen Medien heute auch virtuell realisiert werden kann und so Einfluss auf unser Wirklichkeitsverständnis nimmt. Da sich unser Verständnis der Welt aus den medienvermittelten Konzepten von Realität und Wirklichkeit zusammensetzt, ist auch nur in einer Gesellschaft präsent, wer am medialen Kommunikationsprozess teilnimmt. Wer also nicht medial präsent ist, kommt auch nicht mehr in unserem Wirklichkeitsverständnis vor und entzieht sich damit unserer individuellen Realität und Wirklichkeit.

Aus dieser Entwicklung heraus wird die hohe Relevanz und Gewichtung medialer Kompetenzen einer modernen gesellschaftlichen Etablierung sehr deutlich. Nachfolgende Generationen sind bereits mit stark vernetzten Mediensystemen aufgewachsen und integrieren ihre digitale Kommunikation spielerisch und selbstverständlich in alle Lebensbereiche. Sie passen aus dem Medienangebot ihr Nutzungsverhalten entsprechend ihrer Interessen zu einer Individualnutzung an und sind omnimedial aktiv. Die Generation Internet schreibt damit kulturelle Werte und Normen um und verbindet tradierte gesellschaftliche Aufnahmeriten zu digitalen Identitätsmodellen mit realen Lebensentwürfen.

Mediale Kompetenz ist ein existenzielles Kriterium, um ein vollwertiges Mitglied der sozialen Mediengesellschaft werden zu können. Die Mediensozialisierung bereits in frühester Kindheit wird durch die vermehrt unsichtbaren Medien deutlich unbewusster vollzogen. Statt komplizierter Medientechnik werden Anwender bzw. Nutzer mit verschwindenden realen Komponenten dank virtueller Infrastruktur an die Nutzung ausschließlich virtueller Ressourcen herangeführt. Deutlich wird dieser Trend am Beispiel des Cloud Computing, bei dem alles – von der Software bis zur Datenbank – aus der unmittelbaren Umwelt des Anwenders „verschwindet“, aber dennoch jederzeit und entsprechend des individuellen Bedarfs über das Internet verfügbar bleibt. Die Technologie rückt in den Hintergrund, die Anwendungen in den Vordergrund. Die Frage lautet heute nicht mehr „Wie mache ich das?“, sondern „Was mache ich daraus?“.

Die Omnimedialisierung aller Lebensbereiche schafft ein überbordendes Informations- und Wissensangebot, das ein zunehmendes Maß an Wissen und Kompetenz im Umgang mit Medien erfordert. Eine gestiegene Komplexitätsproblematik gesellschaftlicher Kommunikation bringt neue Medien hervor, die als Problemlöser die Kommunikationssituationen spezifizieren und substituieren. Damit wird in der Gesellschaft die Kommunikation wieder sichergestellt und kann sich auf einer neuen Komplexitätsstufe weiterentwickeln. Die omnimediale Gesellschaft ist daher die globale Symbiose medialer Vernetzung aller Bereiche menschlichen Lebens durch Kommunikation. Neue Medien reagieren sehr sensibel auf ungelöste Kommunikationsprobleme und bieten neue Sinnstrukturen als Variationsmöglichkeit zur Entlastung, Spezialisierungen und Ausdifferenzierung. Subsegmentierte Nutzungsinteressen bilden sich aus und fragmentieren gemeinschaftliche Schnittmengen der Gesellschaft zu Mikroebenen. Mit verstärkter Selbstbestimmung und Zunahme an Angebotsfreiheit, wird die Gewichtung eines einheitlichen massenkommunikativ ausgerichteten Informations- und Kulturangebotes geschwächt. Bereits an dieser Stelle konnte gezeigt werden, dass integrierte Kommunikation der Initiator ebendieser Komplexitätsreduktion ist.

Mediale Omnipräsenz löscht die Übersichtlichkeit der verfügbaren Inhalte aus. Aus Medienkonsumenten werden Sinnproduzenten, die sich im Informationsdschungel zu orientieren versuchen. Es formt sich der Bedarf einer Komplexitätsreduktion. Phänomene wie der „information overload“⁶⁵⁹ beschreiben diese Überflutung an Informationen. Bestehende Expressions- oder Kommunikationsmöglichkeiten müssen ausdifferenziert und Inhalte in allen Kommunikationskanälen integrativ aufgenommen werden. Die Integration jeglicher Kommunikation und Datenreduktion vermindert zunächst das Komplexitätsniveau und sichert damit einen einfachen Zugang. Kommunikation wird mit allen Vorzügen neuer Medien integriert. Auf diese Weise werden mediale Engpässe temporär entschärft und der Kommunikationsfluss gesichert. Mit der Reduktion durch integrierte Kommunikation kann daher nur kurzfristig ein reduzierter Komplexitätsgrad erreicht werden.

Als Erweiterung dieser Erkenntnis wurde darüber hinaus festgestellt, dass eine Komplexitätsreduktion durch integrierte Kommunikation nur initiierend wirkt, nicht aber das

⁶⁵⁹ Vgl. Carlson: Information overload, retrieval strategies and Internet user empowerment, S. 169-173.

Problem an sich damit behebt. Integrierte Kommunikation wirkt sich positiv auf die Verfügbarkeit der Inhalte aus. Die kontinuierlich steigende und rekursiv wirkende strukturelle Komplexitätsproblematik durch Omnimedialisierung wird aber nicht abschließend behoben. Omnimediale Integration jeglicher Kommunikation wirkt daher als Komplexitätsreduktion im Sinne der Verfügbarkeit, des Zugriffs und der Filterung, nicht aber der inhaltlichen, strukturellen oder quantitativen Komplexität.

Der Zugang zur digitalisierten Lebenswelt und die individuelle Informationsfreiheit sind für omnimediale Gesellschaften eine determinierende Grundbedingung. Da sich starke Unterschiede in Bezug auf Zugang zur digitalen Medienwelt feststellen lassen, wird versucht mit Beiträgen zum Digital Divide dieser Entwicklung Rechnung zu tragen. Elitäre Schichten sind hier deutlich im Vorteil und haben damit auch verstärkt die Möglichkeit in der digitalen Gemeinschaft entsprechend aktiv gestalterisch tätig zu werden. Prekäre Schichten hingegen wird es damit zusätzlich erschwert, aktiv am gesellschaftlichen Leben medial teilzunehmen. Der „Zugang wird damit zur Frage, nicht nur wer das Internet nutzen kann, sondern wer die Möglichkeit hat sich im Internet darzustellen.“⁶⁶⁰

Mit der Integration und Simulation multipler Mediensysteme hat sich das Internet als digitale Plattform für eine Vielzahl von medialen Anwendungs- und Nutzungsgebieten etabliert. Unter dem Begriff *Internet* versteht man dabei nach wie vor ein Konglomerat der unscharfen Trennung von Inhalt, Technik und Anwendungen. Das Internet wirkt wie ein Konversator, der alle bisherigen Medien und Inhalte aufnimmt, zusammenführt und als digital kodierte Lebenswelt zur Verfügung stellt. Internetisierung und Vernetzung aller Lebensbereiche ermöglichen eine vollkommen neue Form der Selbstdarstellung: eine omnimediale Individualpräsenz. Gleichlautend ist auch die erste These dieser Arbeit formuliert. Die Internetisierung und Vernetzung von Medien wird zur Grundbedingung der omnimedialen Individualpräsenz. Eine ausgeprägte Medienkompetenz ist in einer omnimedialen Gesellschaft ein unverzichtbares Sozialisationskriterium. Es besteht eine strukturelle Kopplung medialer Habitualisierung an die persönlichen Identitätsbildungsprozesse. Gezeigt werden konnte hieran, dass die Internetisierung der Medien eine wichtige Voraussetzung zur Entwicklung der heutigen Gesellschaftsform ist. Erst mit der Erfüllung dieser Bedingung wurde omnimediale Individualpräsenz möglich. Doch

⁶⁶⁰ Thomaß: Mediensysteme im internationalen Vergleich, S. 22.

nur mit Vertrauen in das Mediensystem steigen die Bereitschaft der individuellen Selbstdarstellung und der Umfang der hinterlegten Daten. Die Angst vor der Unkontrollierbarkeit persönlicher Informationen darf nicht überwiegen, da sonst negative Folgen für das eigene Privatleben fürchtet werden und eine Selbstdarstellung gar nicht erst erfolgt. Glaubwürdigkeit und Vertrauen spielen daher für omnimediale Individualpräsenzen eine wichtige Rolle.

Beim Zugang zum Internet spielen auch Bildungsgrad, soziodemographische Gegebenheiten und das soziale Umfeld eine größere Rolle. Es wurde festgestellt, dass eine gesellschaftliche Benachteiligung durch mangelnde Kompetenz bei der Nutzung und dem Umgang mit Medientechnologien entsteht. In ökonomisch bessergestellten und politisch stabilen Ländern wird durch die gute Grundversorgung beim Zugang zum Internet von einer rückläufigen Wissenskluft ausgegangen. Wenn Wissen zunehmend digital über das Internet zugänglich wird, sich das gesellschaftliche Leben dort verstärkt abspielt und Überlebenschancen zunehmend vom Zugang zum Internet abhängig ist, so wird auch die Wissenskluft der Gesellschaftsmitglieder verstärkt. Hier wurde die dritte These dieser Arbeit verortet: Die Teilung in Medienhersteller- und Nutzer ist an den sozialen Status gekoppelt. Mit zunehmender Komplexität in der Kommunikationsverarbeitung in omnimedialen Gesellschaften entsteht die Notwendigkeit einer Spezialisierung auf Teilbereiche. Monetäre Flexibilität, aktive Kommunikation und der Vernetzungsgrad bestimmen den sozialen Status innerhalb omnimedialer Gesellschaften. Der Status eines Gesellschaftsmitglieds leitet sich aus der persönlichen Lebensgeschichte und seinem Spezialisierungsgrad an Medienkompetenz ab.

Ein uneingeschränkter Zugang zu Bildungssystemen, finanzielle Abhängigkeit oder die soziale Herkunft tragen zur Vorauszeichnung eines individuellen Werdegangs und dem kompetenten Umgang mit Medien bei. Die zunehmende Technisierung der Medien fördert eine Mündigkeit der Ingenieure – was im Umkehrschluss eine systemimmanente Unmündigkeit für alle anderen bedeutet. Der Einzelne ist nicht in der Lage, die Rahmenbedingung oder Strukturen selbst frei zu beeinflussen oder mitzugestalten. Anwender werden daher von Nutzern nach dem individuellen Wissenshorizont unterschieden.

Im Umfeld sozialer Kontexte ist eine virtuelle Identität unerlässlich, da Kommunikationsteilnehmer wissen wollen, mit wem sie es zu tun haben. Mediennutzer müssen sich über die medientechnischen Voraussetzungen zuallererst sozialisieren, um kommunika-

tive Mündigkeit zu erlagen. Die Ausbildung einer virtuellen Identität hängt stark von Art und Weise, sowie dem Umfang der Nutzung des Cyberspaces oder des Internets ab. Mit der steigenden Entsolidarisierung und der zunehmenden Individualisierung der omnimedial gewordenen Gesellschaft steigt in den Unterschichten eine Prekarisierung. Die gesellschaftliche Mitte zerfällt in fragmentarische Subsegmente und gliedert sich der vernetzten Gesellschaftsstruktur an, die aber von einer digital-funktionalen Elite kommunikativ angeführt wird.

Beim Zugang zum Internet spielen repressive Staatsorganisationen ebenso eine entscheidende Rolle wie die Zugehörigkeit zu einem sozialen Milieus und der soziale Status. Als soziodemographischen digitalen Graben bezeichnet man beispielsweise dann das Recht freier Information jedes Gesellschaftsmitgliedes. Ein technischer digitaler Graben beschreibt die Beobachtung, dass Menschen mit den rasanten technischen Entwicklungen nicht immer Schritt halten können und beim Versuch den Funktionen hinterherzukommen letztlich immer mehr den Anschluss verlieren. Diesen Tendenzen wurde im Rahmen dieser Arbeit für die Beobachtungen der omnimedialen Gesellschaft ein soziomedialer digitaler Graben hinzugefügt, um die Aspekte der Medienkompetenz und des kommunikativen Interaktionsgrades ebenfalls abzudecken. Begründet wurde dies mit der gestiegenen Fragmentierung und digitalen Ausdifferenzierung, die subkulturelle Kommunikationsgruppierungen mit eigenen Werte- und Normvorstellungen hervorbringt. Das Nutzungsverhalten des Einzelnen und der kompetente Medienumgang sind heute soziale Grundbedingung, um am kulturellen wie sozialen Alltag der omnimedial kommunizierenden Gesellschaft teilnehmen zu können.

Eine omnimediale Gesellschaft ist stets offen für neue Einflüsse. Sie hat sich durch omnimediale Kommunikationsvernetzung geöffnet. Sie fordert und fördert globale Lebensstile, die gleichzeitig eine größere Lösungskompetenz des Einzelnen durch ein gestiegenes Komplexitätsniveau einfordern. Die Entwicklungen spiegeln sich auch in empirischen Nutzungsstudien wieder. Auch hier zeigen sich die omnimedialen Gesellschaftsstrukturen, die eine aktive Nutzung der sozialen Netzwerke sowie Web 2.0-Möglichkeiten ausweisen. Die stetige Erweiterung zusätzlichen Spezialwissens ist im omnimedialen Alltag eine elementare Voraussetzung, um sich innerhalb der Facetten auch fragmentierter medialer Interaktionsräume bewegen zu können. Nur so kann eine Partizipation an relevanten Themen und Diskursen der Gesellschaft überhaupt dauerhaft ge-

sichert werden und der Zugang zu orientierenden Funktionen auch in virtuellen Lebensräumen fortgeführt werden. In dieser mittlerweile stark ökonomisch orientierten Lebenswelt durch vornehmlich virtuelle Geschäftsmodelle fällt eine Differenzierung zwischen authentischer Individualkommunikation, unternehmensstrategischer Marketingkommunikation oder motivgeleiteter Werbebotschaften zunehmend schwerer. Kommunikation wird nicht mehr trennscharf in privat und öffentlich unterschieden. Individuelle Kommunikation über massenmediale Mediensysteme ist nicht nur für werblich-ökonomische Interessen spannend.

Die Konvergenz äußert sich auch in internetbasierten Netzwerken wie Facebook, Xing oder LinkedIn, die eine individuelle Vernetzung mit Berufs- und Privatwelt schaffen und die digitale Kommunikation auf wenige Plattformen konzentriert. Die zunehmende Synthese virtueller und realer Welt manifestiert den omnimedialen Entwicklungsprozess. Jeder muss als kosmopolitischer Bürger gewillt sein, sich den veränderten Lebensbedingungen anzupassen, um seinen Platz im globalen System einnehmen zu können.

Mit der Zunahme an Komplexität der Lebensumwelt sehen sich vor allem junge Menschen mit einer großen Herausforderung der eigenen Lebensbewältigung konfrontiert. Traditionelle Werte und stabilisierende Faktoren analoger Umwelten werden zugunsten globaler Vernetzung im Digitalen aufgelöst und erhöhen die Anforderung an die Ausbildung persönlicher Identitätsentwürfe. Diesen Umstand versuchen daher vor allem Unternehmen mit Markenbildung entgegenzukommen. Marken geben den Anschein strukturierter Sicherheit in einer hyperkomplexen Welt der omnimedialen Gesellschaft. „Marken suggerieren häufig einen Lebensstil, den man sich als Konsument sozusagen überstülpt. [...] Und Marken schaffen die direkte Bestätigung des Zugehörigkeitsgefühls zu einer Gruppe oder einem Umfeld.“⁶⁶¹

Mit Initiativen wie *Deutschland Digital 2015* versuchen politische Institutionen der Omnimedialisierung geregelte Strukturen zu geben und neben einer Stärkung der globalen Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen auch den Ausbau von Infrastrukturen zu fördern. Ebenso steht im Fokus eine Gewährleistung von Schutz- und Individualrechten der Nutzer, die den Ausbau von Forschung und Entwicklung hinsichtlich einer schnelleren Umsetzung der Forschungsergebnisse in Innovationen beflügeln soll. Mit einer Prä-

⁶⁶¹ Focus Money Online: Marken geben Sicherheit.

ferenz zur bevorzugten Nutzung des Internets wächst auch dessen Stellenwert als Mediensystem. Alte Mediensysteme wie das Fernsehen liegen zwar in Statistiken nach wie vor leicht vorne, doch bereits jeder Zweite bezieht seine Informationen aus dem Internet. Der oftmals naiv-positivistische Umgang mit dem Internet in der jungen digitalen Gesellschaft wirkt einerseits als Türöffner für Innovationen einer demokratischen Informationsnutzung, andererseits gibt er kriminellen Handlungen eine neue Qualität.

Die virtuellen Identitäten der Digitalisierung unserer Lebenswelt geraten zunehmend in den Fokus krimineller Angriffe. Die Konvergenz von virtueller und realer Existenz wird vermehrt missbräuchlich genutzt und von unbefugten Dritten geklaut, die vermehrt sozialen Schaden anrichten. Mit der Häufung der Internetkriminalität wächst auch der ökonomische Gesamtschaden. Rekursiv reagieren Internetnutzer mit wachsender Skepsis und Vertrauenseinbußen in die neuen Möglichkeiten. Dennoch überwiegend die positiven Erfahrungen und die Fülle an privaten und beruflichen Vorteilen, die ggf. negative Erfahrungen wie Betrug, sexuelle Belästigung oder Mobbing im Netz schneller vergessen lassen. Ein kompetenter Umgang mit digitalen Medien wird das Leben des Einzelnen auch in Zukunft erleichtern und bereichern. Alle Lebensbereiche unterliegen gleichermaßen aber dem Wandlungsdruck der Omnimedialität. Die Veränderung zur konvergierenden Weltgemeinschaft vollzieht sich als digitale Vernetzung und mediale Synthetisierung in omnimedialer Kommunikation.

Mit der revolutionierenden Entwicklung wie Film, Fernsehen, Radio, Computer und mobilen Kommunikationsgeräten lassen sich kulturelle Evolutionen schon lange nicht mehr nur aus institutioneller Sicht ablesen. Die fortschreitende Mediatisierung auch von Schule, Staat und Familie verändert kulturelle Ausprägung der Gesellschaft in immer kürzeren Zeitabständen.

Die Digitalisierung hat ebenfalls die Aufgabe der Gedächtnisfunktion von Kultur gewandelt. Medien werden als kommunikative Erinnerungswerkzeuge des menschlichen Gedächtnisses genutzt. Heute herrscht die Sichtweise vor, dass Medien das kulturelle und soziale Gedächtnis von Gesellschaft geworden sind. In und mit Medien wird neben raumzeitlichen Überbrückungsfunktionen auch aktuelle Kommunikation sichergestellt. Dies wirkt sich auf Identitätsausbildung, Erfahrungs- und Lebenswelt des gesellschaftlichen Zusammenlebens bis tief in Gemeinschaftsstrukturen aus.

Mit dieser dominanten Stellung im Gesellschaftsgefüge werden Medien und deren Kontrolle mit einem gewissen Einfluss und Macht ausgestattet. Wer viele Informationen besitzt oder den Zugang zu diesen kontrolliert, verfügt auch über Einfluss und Macht. Die unendliche Möglichkeit des Kopierens, Duplizierens, Speicherns, Weiterleitens von Daten und Freiheit der Kommunikation macht allerdings eine wirksame Zensur oder Steuerung eines stark vernetzten Systems nicht nur schwierig, sondern fast unmöglich.

Die in diesen vernetzten Mediensystemen stattfindende virtuelle Identitätsbildung lässt nicht nur real-kommunikative, sondern auch virtuell-rezeptive Erfahrungen zu. Hierdurch verstärkt sich der kommunikative Austausch ausdifferenzierter und fragmentierter Interessen in der individualisierten Onlinekommunikation. Mediale Großereignisse oder Katastrophen wie zuletzt die Terroranschläge vom 11. September 2001 auf das World Trade Center halten aber visuellen Bilderwelten im kollektiven Gedächtnis weiterhin aktuell. Medien übernehmen bei einer kollektiven Identitätsbildung eine besonders produktive, generative und konstruktive Rolle. So ist auch das kollektive Gedächtnis besonders für politisierte Formen der Erinnerung anfällig. Daher werden solche Phänomene heute auch aus kulturwissenschaftlicher Perspektive erforscht. Es finden sich erste Versuche, sich der Medialität von Erinnerungsformen auch über das kollektive Gedächtnis zu nähern.

Mit der omnimedialen Kommunikationsform wird die Herkunft von Bildern, Erfahrungen und Wissen nicht mehr so stark an Medien gebunden, wie dies bisher der Fall war. Die Erinnerung löst die manifeste Beziehung zum Medium auf und existiert als Wahrnehmung und Erfahrung, die keine Bindung an ein bestimmtes Medium benötigt. Digitalisierte Erinnerungsformen sind von Einzelmedien durch die Omnipräsenz medialer Repräsentationskanäle gelöst. Einzelne Medien sind nicht mehr von Bedeutung, sondern die Inhalte und individuellen Nutzungsmöglichkeit treten für die persönliche Kommunikationssituation in den Vordergrund. Erst durch Selektion können aber weiterführende Verbindungen relevanzisiert und evaluiert werden und so von irrelevanten Inhalten unterschieden werden. Die Informationsflut und gestiegene Komplexität erhöht für den Einzelnen den Aufwand erheblich, um sich für alle Lebenslagen und -situationen mit dem nötigen Gesamtüberblick auszustatten. Zunehmend sieht man sich mit dem Phänomen

der „überbordenden Informationsfluten“⁶⁶² konfrontiert. Ca. 90-95 Prozent der alltäglichen Kommunikation/Information können schon gar nicht mehr aufgenommen werden.⁶⁶³ Die Präsenz des gesamten Wissens der Menschheit in allzeit verfügbarer Unendlichkeit und omnimedialen Wissensarchiven überfordert die Begrenztheit der menschlichen Verarbeitungskapazitäten. Die Motivation, sich mit überflüssigen Informationen aufzuhalten, ist dementsprechend gering. Hier spielen vor allem drei Motive eine wichtige Rolle: das Leistungs-, Macht- und das Anschlussmotiv. Die Motivation zur Leistung ist getrieben vom Streben nach Erfolg und stetiger Verbesserung. Macht reflektiert den Wunsch zur Einflussnahme für Erlangung von Anerkennung und Prestige. Unser Verlangen nach sozialen Kontakten bedient den Wunsch nach Geborgenheit, Sicherheit und Geselligkeit. Auch wenn die Beweggründe nicht immer bewusst ablaufen müssen, lassen sich die Motive dennoch in der Mediennutzung wiederfinden.

Digitalen Medien wird eine grundlegende sozialisatorische Funktion zugesprochen. Hierzu werden die Interaktion mit der Umwelt und dem gemeinschaftlichen Gefüge gezählt. Medien nehmen durch korrelative Konstitutionsinteraktion von Subjekt und Medium die kombinatorische Funktion im Sozialisationsprozess der Persönlichkeitsentwicklung ein. Von Geburt an wird jedes neue Gesellschaftsmitglied durch Medien sozialisiert, um in die Gemeinschaft aufgenommen werden zu können. Hier machen sich dann soziale Unterschiede besonders deutlich bemerkbar. Die Differenzierung lässt sich in medialen Milieus zusammenfassen, die die Gesellschaft als Ganzes erfassen. Die Zugehörigkeit zu einem Medienmilieu lässt sich anhand der Übersprungshandlungen ableiten, die aus der virtuellen Welt in die reale Welt hineinwirken. Hier lassen sich Ähnlichkeiten in der Art und Weise der Lebensgestaltung herausfiltern, die gegen andersdenkende Milieus abgegrenzt werden können. Die tief verwurzelten Werte- und Grundeinstellung eines Milieus sind konsistenter als veränderliche Lebensstile. Aber nur anhand der Lebensstile lassen sich Rückschlüsse auf eine Milieuzugehörigkeit ablesen. Daher sind vor allem Mediennutzung, Kleidungsstile, oder Freizeitbeschäftigungen wichtige Indikatoren der Zuordnung.

⁶⁶² Vgl. Daiber: Literatur und Nicht-Linearität.

⁶⁶³ Siehe Weinberg: Konsumentenverhalten, S. 77.

In Deutschland haben sich die Milieuforschungen des Sinus-Institutes als die maßgebende Grundlage etabliert. Aus deren aktuellen Studien konnten für die Beschreibung der omnimedialen Gesellschaft drei wesentliche Beobachtungen entnommen werden: (1) Mit der Öffnung des sozialen Raumes konnten sich höhere Bildung und Mobilität verbreiten, die neue Entfaltungs- und Entscheidungsoptionen ermöglichten. (2) Die daraus resultierende Überforderung durch die Öffnung aller Lebensbereiche ruft eine Entwurzelung und Endtraditionalisierung hervor, die Lebensentwürfe destabilisiert und Verunsicherung erzeugt. (3) Eine kosmopolitische Elite entsteht, die eine Wertesicherung zu garantieren versucht und damit der Fragmentierung in individuelle Lebensentwürfe entgegenwirkt.

Mit der Internetisierung und der damit verbundenen omnimedialen Gesellschaftsstrukturen werden Individualpräsenzen kommunikativ weiter kultiviert. Diese zeichnet sich insbesondere durch die gestiegene Verschmelzung von Medien und Kommunikation aus, die eine neue mediale Symbiose allen Wissens der vorangegangenen Gesellschaftsphasen inkludiert. Die Gleichzeitigkeit von Kommunikation als omnimediale Diskurse stellt die staatliche Ordnung zunehmend in Konkurrenz mit wirtschaftlichen Kommunikationsmechanismen. Der Kommunikationsdruck erhöht sich in quantitative Interaktionen und erhöht die Wahrnehmungschancen und Rezeptionshäufigkeiten. Damit potenzieren sich die Chance replikativer Festigung im Sinne eines vertrauengesteigerten Wahrheitsgehaltes und Akzeptanz der Inhalte. Gleichgeschaltete Kommunikation wird omnimedial integriert und ruft eine Komplexitätsreduktion zweiter Ordnung in Form eines Verzichts der Prüfung des Quellmaterials innerhalb des Mediensystems hervor. Es bildet sich ein Vorschuss an Vertrauen durch omnimediale Präsenz. Dieser Vertrauensvorschuss kann gleichermaßen für Produkte, Marken, Privatpersonen oder öffentliche Personen gebildet werden.

Im Umkehrschluss gilt aber auch, dass wer nicht omnimedial in Mediennetzwerken und -systemen kommuniziert, zum Außenseiter der sozialen Gemeinschaft und damit – im wahrsten Sinne des Wortes – exkommuniziert wird. Wer nicht omnimedial in Mediennetzwerken und -systemen kommuniziert, wird zum Außenseiter auch der sozialen Gemeinschaft. Es sind aber nicht die Medienangebote alleine, die bestimmen, wozu wir sie einsetzen können, sondern der Mensch entscheidet als wirklichkeitskonstruierende Instanz selbst anteilig mit, was aus den medialen Angeboten gemacht/genutzt/verarbeitet

wird. Medienwirkung wird im Bildungswesen aus diesem Grund auch nicht als rein medienvermittelte Effekte verstanden, sondern es interessiert eher umgekehrt, was die Menschen mit den digitalen Medien letztlich machen.

Der Mensch ist aktiv an der Rezeption der medialen Botschaften beteiligt und spiegelt sein Verhalten in das Medium zurück. Medien werden dann neue Eigenschaften zugeschrieben, die Auskunft über den Wahrnehmenden bzw. die kulturelle Konstruktion der Technologie zulassen. Ökonomisch interessiertes Marketing versucht daher auch immer eine „Markengesellschaft“ zu initiieren, die durch massenmediale „Wirklichkeitsgeneratoren“⁶⁶⁴ operationalisieren wird, um nicht allein den „Medien“ einen meinungsrepräsentierenden Charakter der Wirklichkeitsgenerierung zu überlassen.

Die Inhalte von Markenbildern des Marketings sollen die Grundlage zur Wirklichkeitsadaptation und -repräsentation der Menschen werden. Persönliche bzw. unmittelbar *reale* Erfahrung oder sinnliche Erlebnisse werden tendenziell eher reduziert oder zum Teil auch virtuell substituiert. Da reale wie virtuelle Erfahrung im Sozialen offline und online vorwiegend innerhalb von Netzwerken stattfindet, spielt die Qualität sozialer Beziehungen hier eine immer wichtigere Rolle, da die funktionalen Aspekte von Netzwerken ausschlaggebend werden. Empirisch versucht man die Messbarkeit sozialer Kontakte in quantitativer Form als strukturelle und interaktive Dimension messbar zu machen. Gerade schwache Beziehungen bieten häufig hilfreiche Informationen für den Lebensalltag, da hier ein reger Informationsfluss über das Gesamtnetzwerk möglich ist. Enge Familiennetzwerke sind hingegen weniger für den Informationsfluss an möglichst viele Netzwerkmitglieder geeignet. Hier wird eine Einschränkung auf Verwandte vorgenommen, um den Informationsfluss gegenüber dem Familiensystem externen Personen abzugrenzen. Solche sozialen Netzwerke heben vor allem enge Bindungsstrukturen hervor.

Im Allgemeinen werden mit sozialen Netzwerken alltägliche Beziehungen bezeichnet, aus denen soziale Ressourcen geschöpft werden können. Die zunehmende Vernetzung macht den Drang, sich selbst einer Öffentlichkeit zu präsentieren, zu einem gesellschaftlichen Phänomen. Ein Entzug von Kommunikation ist damit weder sozial noch gesellschaftlich möglich. Integrierte Kommunikation dient aber der Komplexitätsreduktion

⁶⁶⁴ Merten/Weischenberg: Die Wirklichkeit der Medien, S. 1.

der individuellen Interaktion in den eigenen Netzwerken. Der Zusammenschluss von Kommunikation als omnimediale Netzwerkinteraktion reduziert zunächst die Vielfalt der Medienkanäle auf ein Mediensystem. Hierdurch wird aber gleichzeitig eine verstärkte Kommunikationsleistung ausgelöst, die einen quantitativen Anstieg der Interaktion fördert und durch Omnimedialität auf ein neues Komplexitätsniveau bringt. Das System wird immer komplexer und ruft eine neue Notwendigkeit der Komplexitätsreduktion hervor.

Das Internet wird gerne als demokratisch bezeichnet, da seine Strukturen ein „demokratieförderndes Potential“⁶⁶⁵ aufweisen. Die Struktur des Internets ist tatsächlich demokratisch, da es eine gleichberechtigte Partizipation für alle ermöglicht. Die Vernetzung fördert eine demokratische Individualisierung und pluralistische Lebensstile. Es sind aber vor allem Meinungsführer und Multiplikatoren, die den Großteil der Online-Kommunikation ausmachen. Und auch ökonomische Verhältnisse, politische Gegebenheiten oder der Digital Divide haben großen Einfluss auf das demokratische Potential des virtuellen Zusammenlebens. Die bisherige öffentliche Meinung büßt an demokratischer Macht ein und wird in ihrer Existenz durch neue Vernetzungskanäle verändert. Die traditionelle Öffentlichkeit als gesellschaftliches Reflexionsmedium verliert an Einfluss. Mit einer omnimedialen Öffentlichkeit ändert sich daher auch die determinierende Funktion des gemeinschaftlichen Selbstverständnisses.

Es lässt sich festhalten, dass das Internet durch die offene Netzwerkstruktur ebenso eine demokratische Informiertheit, sowie die Gleichstellung omnimedial agierender Gesellschaft fördert. Eine Garantie hierfür gibt es aber nicht. Es muss das Selbstverständnis und die Identität der einzelnen Gesellschaftsmitglieder, sowie für die gemeinsame nationale Identität ständig neu verhandelt und definiert werden.

Umfang und Tiefe der privaten Veröffentlichungen im Internet zeigen das verstärkte Bedürfnis freiwilliger Selbstdarstellung in der omnimedialen Gesellschaft. Hartmut Rosa⁶⁶⁶ konnte eindringlich darstellen, dass Identitätsausbildung in der Moderne synchron geworden ist und sich am Individuum zusammen parallel zur Lebenszeit ausbildet. Jeder Mensch pflegt tagtäglich sein *Image*, an dem der soziale und kulturelle Status in der

⁶⁶⁵ Vgl. Stegbauer/Rausch: Strukturalistische Internetforschung, S. 95.

⁶⁶⁶ Vgl. Rosa: Beschleunigung.

Gesellschaft abgeleitet wird. In unserer omnimedialen Gesellschaft verlagert sich diese Definition individueller Identität von „Wer bin ich?“ hin zu „Wer bin ich im Verhältnis zu den anderen?“ und „Wer sind die anderen im Verhältnis zu mir?“ Wir versuchen fremden Erwartungen gerecht zu werden und gleichzeitig persönliche Interessen gegen diese externen Zwänge durchzusetzen. Die permanente Erneuerung und Prüfung findet auch in der virtuellen Identität statt. Ein Teil des kontinuierlichen Identitätsbildungsprozesses wird mit Teil-Identitäten im virtuellen Raum zu einer (nicht-ontischen) Real-Identität verschmolzen.

Eine omnimediale Erschließung der Welt bietet zahlreiche Chancen einer neuen Form von Wissensaneignung. Die Freiheiten der digitalen Welterschließung im virtuellen Cyberspace fallen viel bewusster und dezidierter aus, als die im realen Leben gelebte Selbstdarstellung. Inwieweit man sich den Folgen des digitalen Exhibitionismus in Form von fast völliger Transparenz aller Lebensbereiche bewusst ist, ist für die Gesamtheit schwer abzuschätzen und muss wohl individuell betrachtet werden.

Der Einfluss Einzelner steigt aber mit der medialen Popularität bzw. Bekanntheit. Macht hat also, wer prominent in den Medien präsent ist – so lautet daher die Schlussfolgerung der vierten These. Macht versteht sich als kommunikative Einflussnahme in Bezug auf Medien. Diese Beobachtung beschränkt sich nicht nur auf Individuen, sondern kann auch für Gruppierungen und Bewegungen beobachtet werden.

Es wurde mit zeitgeschichtlichen Belegen für die vierte These dieser Arbeit gezeigt, dass diese Annahme vor allem für die künftige Entwicklung unserer Gesellschaft zunehmende Relevanz haben wird. Beispiele wie Enthüllungen von WikiLeaks oder per Facebook organisierte Massendemonstrationen in arabischen Ländern dienen als wertvolle Zeugnisse des Zusammenhanges von Macht und Medienpräsenz. Mit der omnimedialen Vernetzung durch neue Technologien gewinnt der Diskurs um die Umverteilung von Macht und Einfluss zusätzlich an Aktualität und Bedeutung. Auch muss er im Zusammenhang des Netzwerkbegriffs um die Facette nichtkontrollierter Machtpotentiale erweitert werden. Die Machtposition durch Präsenz in Medien wird durch die enge Vernetzung insbesondere in sozialen Netzwerken auch immer durch dieses als unabhängiges Kontrollorgan der Online-Gemeinde mitbestimmt. Eine private Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit dient einer identitätsstiftenden Sichtbarmachung der eigenen Individualität. Die neu gewonnenen Freiheiten durch die digitalisierte Lebenswelt und den

omnimedialen Austausch vernetzter Gemeinschaft ist aber nicht so uneingeschränkt, wie es auf den ersten Blick erscheint. Eingegrenzt in strukturelle Abhängigkeiten agieren sie innerhalb der vorgegebenen Interaktionsräume und können diese nur zum Teil selbst mitgestalten oder die Rahmenbedingungen frei regulieren. Die Diagnose muss in der technischen Kadrierung erfolgen, die mit den Kommunikationsoptionen vorgegebenen werden. Zugespitzt läuft dies auf folgende Formel hinaus: „Code is law“. Softwarearchitektur, Programmcodes oder Kommunikation im Internet folgen Vorgaben der Programmierer und Hersteller dieser Technologie, die bereits den Handlungsspielraum vordefiniert haben.

In den letzten Jahrzehnten beschleunigte sich die Mediensystemkonvergenz und brachte eine Konzentration auf wenige Medieninstitutionen oder Konzerne mit sich. Die Schlüsselpositionen informationsstrukturierender Kommunikationsplattformen organisiert und steuert mittlerweile einen massiven Anteil im Internet. Meist stecken hier aber vornehmlich ökonomische Interesse dahinter. Aus diesem Grund wird mit der Digitalisierung der Kulturbereiche auch zunehmend von einer Konsumgütergesellschaft gesprochen, die Menschen wie Waren bewertet und jegliche Kommunikation entsprechend auf Konsum auslegt.

Aus der Untersuchung der Thesen dieser Arbeit sowie den weiteren erarbeiteten Erkenntnissen und Beobachtungen lässt sich der Rückschluss ziehen, dass die Mediumstheorie insgesamt zu kurz greift, wenn anhand von Einzelmedien versucht wird, die kulturelle und gesellschaftliche Gesamtentwicklung aufzuzeigen. Eine der wesentlichen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit ist die Feststellung, dass es keiner dominierenden Einzelmedien mehr bedarf, sondern sich Omnimedialität durchsetzt. Der globale Medienverbund löst Einzelmedien auf und verdichtet sich als evolutionäre Mediensynthese zur Omnimedialität. Die omnimediale Gesellschaft wird geprägt von mehrdimensionalen Einflüssen dieser Mediensynthese. Die omnimediale Gesellschaft ist daher die globale Symbiose medialer Vernetzung aller Bereiche menschlichen Lebens durch Kommunikation.

In Abgrenzung gegenüber bisherigen Verhaltensweisen zeigt sich die Umformung und Neuschreibung kultureller Werte, Traditionen und Handlungsweisen, die sich global konvergent zur Technisierung verhält. Die symbolisch-kommunikative Formung des Menschen in einer omnimedialen Lebenswelt löscht zudem die Relevanzierung und

Prägnanz von Einzelmedien auf. Die Öffnung der Lebensräume in omnimedialer Form löst global auch zusehends Einzelgesellschaften auf. Wirtschaftliche, politische, soziale und normative Strukturen aller Klassen, Kulturen und Milieus verändern sich und werden in der omnimedialen Gesellschaft aufgenommen. Die Notwendigkeit der Einzelpositionierung des Menschen zur Identitätsausbildung und Verortung in dieser omnimedialen Gesellschaft wird dadurch zwar nicht nivelliert, aber durch die neuen Anforderungen deutlich komplexer, anspruchsvoller und leistungsträchtiger. Charakteristisch für eine omnimediale Gesellschaft sind auf diese Weise auch Emergenzen von Lebensentwürfen, kulturellen Symbolen und kommunikativen Verhaltensweisen. Es existiert weiterhin eine Vielzahl alternativer Lebensentwürfe nebeneinander. Je nach Systemzustand werden diese mit der eigenen Lebens- und Gruppenidentität als Kollage zusammengestellt. Eine omnimediale Gesellschaftsform weist also auch eine emergente Synthese ihrer medialen Systemstrukturen auf. Die Gleichzeitigkeit in der omnimedialen Gesellschaft erzeugt permanente Konflikte und Dialektiken mit dynamischen Entitäten: Individualität trifft auf Kollektivität, Zentralisierung auf Dezentralisierung, Globalisierung auf Lokalisierung.

Die Verdichtung und Konvergenz der Medien findet ihren Höhepunkt in der omnimedialen Synthese. In exemplarischen Beispielen aus Wirtschaft, Politik und Zeitgeschichte wurde gezeigt, dass letztlich alle Lebensbereiche dem Wandlungs- und Konversionsdruck einer omnimedialer Gesellschaftsstruktur unterliegen. Die omnimediale Gesellschaft definiert sich durch Abgrenzung tradierter Verhaltensweisen und der stetigen Neuschreibung kultureller Werte und Handlungsweisen. Sie zeichnet sich als globale Symbiose omnimedialer Vernetzung aus, die durch die Basis einer kommunikativen Struktur auch soziokulturelle Ambivalenzen in der stetig komplexer werdenden Gesellschaft zulässt. Damit konnte herausgestellt werden, dass mit dem Wandel der Medienlandschaft auch ein systemischer und sozialer Gesellschaftswandel vollzogen ist.

Mit einer solchen aktuellen Problemstellung wurde ein Beitrag über die Funktions- und Wirkungsweisen von Medien und Kommunikation als omnimediale Gesellschaft geleistet, der es zulässt, die veränderten Verhaltens-, Funktions- und Umgangsweisen im Hinblick auf kulturelle, soziale und gesellschaftliche Vernetzung von Medien unserer heutigen Zeit besser zu verstehen. Es wurde aufgezeigt, dass die Trennung zwischen den Medien aufgehoben und als omnimediale Verfügbarkeit im virtuellen Raum permanent

und uneingeschränkt präsent gehalten wird. Weiterhin treibende Kräfte sind neben der rasanten Technikentwicklung und der Kadrierung durch Kommunikationspolitik auch globale ökonomisch-wirtschaftliche Visionen.

Die möglichen Anschlussfragen der Problemstellung dieser Arbeit finden sich in zahlreichen interdisziplinären Problem- und Fragestellungen. Beispielsweise bietet es sich an, vertiefende Erkenntnisse zu Meinungsbildungsprozessen zu liefern, um genauer zu verstehen, wie diese Prozesse in einer omnimedialen Gesellschaft verlaufen und welcher Einfluss sich auf welchen Bereich genau auswirkt. In diesem Zusammenhang können dann Fragestellungen zur Machtkonzentration einzelner Anbieter auf öffentliche und individuelle Meinung in einer omnimedialen Privatöffentlichkeit einfließen. Unmittelbar hieran ergeben sich Themengebiete einer Rechtswissenschaft, sowie der Politikwissenschaften. Anschlussmöglichkeiten finden sich beim Medien- und Telekommunikationsrecht zur Wahrung der Netzneutralität. Welche Rolle übernimmt die Gesetzgebung zur Gewährleistung einer demokratischen Netzneutralität? Welche Grundrechte müssen von der neuen Medienordnung berücksichtigt werden? Welche Gesetze müssen entsprechend dem medialen Wandel für eine angemessene Rechtsprechung novelliert werden?

Diese und weitere Fragestellungen zielen in ähnlicher Form auf die inhaltlichen Einflusspotentiale in Form von Meinungen einer omnimedial organisierten Kommunikation ab. Insbesondere eine Medienpolitik bietet ein wichtiges Feld anschlussfähiger Forschungsdesiderate. Dazu zählen Problemstellungen, die Fragen nachgehen wie: Welche staatlichen Regulierungsmaßnahmen sind notwendig? Welchen Einfluss darf ein Staat überhaupt auf eine omnimediale Gesellschaft nehmen? Welche politische Rolle nimmt die Onlinekommunikation einer demokratisch orientierten Regierung ein? Es gilt die Möglichkeiten der Einflussnahme einzelner Plattformen/Anbieter auf die Vorherrschaft von ganzen Themengebieten näher zu bestimmen. Dies reicht von quantitativer Relevanzsuggestion durch Gestaltung und Platzierung von Inhalten, der Ausgrenzung oder Sperrung von Inhalten oder Diskussionsbeiträgen bis hin zum gleichberechtigten Zugang zu Information. Weitere Anschlussfragen an die vorliegende Arbeit ergeben sich auch aus bereits aufgeworfenen Fragestellungen vom Jugendschutz bis hin zum Urheberrecht, die vom omnimedialen Wandel unmittelbar betroffen sind. Was ist noch privat, was bereits eine Urheberrechtsverletzung durch massenhafte Weitergabe? Wo ist die

Grenze zur Öffentlichkeit in Mediennetzwerken? Hier eröffnen sich auch Dimensionen zur Funktion von öffentlich-rechtlichen Medienanstalten und Unterschiede zwischen privater und allgemeiner Adressierung im Sinne eines „Rundfunks“.

In Bezug auf medienwirtschaftliche Themen ergänzt auch eine germanistische Betrachtungsweise die Liste der Anschluss Themen. Es gilt Phänomene der veränderten Arbeitsweise journalistischer Redaktion durch Computer-Journalismus/Daten-Journalismus zu analysieren. Wie beeinflussen algorithmische Computerkontexte die journalistischen Wirkungsprozesse? Wie werden Informationen von Journalisten künftig bewertet, wenn diese durch computergestützte Arbeitskontexte beeinflusst werden?

Da sich auch der Kontext journalistischer Publikation auf internetbasierte Recherchen und Web 2.0 Mechanismen stützt, rückt auch die Problematik nichprofessioneller Co-Produzenten in den Vordergrund. Welche Rolle hat User Generated Content für Journalistische Recherchen? Welche Rolle übernimmt der Journalismus durch die Publikumsbeteiligung? Wer ist Kommunikator und wer der Rezipient? Mit einer Verschiebung der Rolle des Journalismus im Informationsselektionsprozess treten weitere Anschluss Themen an diese Arbeit auf. Gerade die Forschung rund um Medienwirkung und Medienutzung versprechen spannende Gebiete für weiterführende Überlegungen zu Thesen der vorliegenden Arbeit zu sein. Wie informiert sich die Gesellschaft heute? Welche Kriterien werden hier angewendet? Welche Repertoires dienen als mediale Informationsquelle? Welche Rolle spielt hier die Omnimedialisierung?

Im Verlauf der Arbeit wurde immer wieder herausgestellt, dass eine ausgeprägte Medienkompetenz eine entscheidende Grundlage der omnimedialen Gesellschaft ist. Daher sind auch vertiefende Einblicke in die Medienkompetenzförderung anschlussfähige Forschungsfelder. Denn eine gute Medienerziehung setzt bereits bei Eltern eine gewisse Medienkompetenz voraus, die es parallel zur restlichen Erziehungsarbeit einzubringen gilt. Hier bieten sich folgende Fragestellungen an: Wie gehen Kinder mit Medien um? Welchen Einfluss hat eine omnimediale Weltanschauung auf die Entwicklungsprozesse der Kinder? Was wäre eine „gute“ Medienerziehung? Wie sieht die Praxis im derzeitigen Familienleben aus? Welche medienpädagogischen Kriterien können als Leitfaden dienen?

Die Diskurse der Hirnforschung haben die Funktionsbestimmungen des Gehirns in den technisch-medizinischen Bereich verlagert. Die komplexeren Denkopoperationen verändern nicht nur neuronale Strukturen des Gehirns, sondern ermöglichen auch technische Innovationen, die die Rahmenbedingungen gesellschaftlicher Orientierungsfunktionen neu definieren. Auf die gesamte Laufbahn im Entwicklungsleben kann der Blick auf eine Mediensozialisation ansetzen. Eine omnimediale Gesellschaft kennt kein Leben ohne alltägliche Medienerfahrung. Die gesamte Wahrnehmung der Welt ist in/mit/durch Medien vermittelt und aus der Reflexion medialer Alltagserfahrung heraus entstanden. Doch auch hier lassen sich Brüche feststellen. Medien bergen bspw. Suchtgefahren, die therapeutische Betreuung nach sich ziehen kann. Hierzu zählen Suchtverhalten bei Computerspielen ebenso, wie eine zwanghafte Dauernutzung sozialer Netzwerke oder Stresssymptome resultierend aus dem Druck einer permanenten Erreichbarkeit. Auch hier finden sich neben medizinischen Fragestellungen Anschluss Themen aus pädagogischen Fachgebieten. Gerade die angeregten Debatten um „Killerspiele“ zeigen deutlich, wie weit die Meinungen auseinandergehen über den Einfluss virtueller Welten auf die Realitätswahrnehmung und das entsprechende Handeln und Verhalten innerhalb der Gesellschaft.

Forschungsansätze rund um Gedächtnis und Erinnerung sind derzeit stark gefragt und nehmen insbesondere in der neueren Geschichte einen hohen Stellenwert ein. Fragestellungen sind hier um universelle Speichermodelle und individuelle Erinnerung zu finden. Wie steht es um rückwirkende Relativierungskraft im Vergleich zur „authentischen“ Erinnerung von Opfern und Betroffenen des Holocaust? Wie werden die menschenverachtenden Verbrechen medial archiviert werden können, ohne die Zeitzeugen befragen zu können? Wie wird mit der Erinnerung des Holocaust in einer omnimedialen Gesellschaft umgegangen? Können technische Speicherarchive die persönlichen Erinnerungen in Datenbanken kodieren, ohne an emotionaler Qualität einzubüßen? Wird mit der universellen Speicherbarkeit nicht gerade Vergessen und Amnesie gegenüber Einzelschicksalen verstärkt? Wird durch die mediale Dokumentation historische Wahrheit archiviert, die dem realen Leiden der Opfer gerecht wird? Die zahlreichen und intensiven Diskurse in Politik, Wirtschaft, Kultur, Kunst und Gesellschaft bescheinigen eindeutig, dass solche Fragen unmöglich aus *einer* Disziplin heraus geklärt werden können. Daher können auf

der Grundlage der vorliegenden Überlegungen und Erkenntnisse in allen Wissenschaftsfeldern interdisziplinäre Fragestellungen angeregt werden.

Auch eine Medienkulturwissenschaft kann in Bezug auf mediale Erinnerungskultur(en) und Gedächtnisforschung die Erkenntnisse dieser Arbeit aufgreifen und weiterverfolgen. Im Hinblick auf eine Omnimedialität ergeben sich neben der Kulturwissenschaft auch für die Geschichtswissenschaft spannende Anschluss Themen. Omnimediale Fragestellungen zur gesellschaftlichen Reflexion der neuesten Geschichte sind bisher noch weitgehend unbeantwortet.

Aber auch eine avancierte Literaturwissenschaft mit medial geprägter Theoriebildung kann ihre Aufgabe durchaus noch stärker als geisteswissenschaftliche Medienwissenschaft wahrnehmen, um für die Kultur der Gegenwart eine gesellschaftsrelevante Verständnisorientierung aufzuarbeiten und präsent zu machen.

6. Literaturverzeichnis

- Aarseth, Espen J.: *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore 1997.
- Ahrens, Julia: *Going Online, Going Gender. Alltagspraktiken rund um das Internet in Deutschland und Australien*. Reihe Critical Media Studies. Bielefeld 2009.
- Ammon, Ulrich: *Standard und Variation: Norm, Autorität, Legitimation*. In: Eichinger, Ludwig m. (Hrsg.): *Standardvariation: Wie viel Variation verträgt die deutsche Sprache?* Institut für Deutsche Sprache. Jahrbuch 2004, S. 28-40.
- Anders, Günther: *Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*. München 1956.
- Androutsopoulos, Jannis: „bitte klein und höflich“. Höflichkeit im Internet zwischen Netikette, Chatikette und Gruppennormen. In: *Praxis Deutsch* 31 (2003), Heft 178, S.42-46.
- ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=onlinenutzung00> (Stand 22.08.2011).
- Arnheim, Rudolf: *Rundfunk als Hörkunst*. München 1936/1979.
- Assmann, Aleida/Assmann, Jan (Hrsg.): *Kanon und Zensur. Beiträge zur Archäologie der literarischen Kommunikation II*. München 1987.
- Assmann, Aleida/Assmann, Jan: *Schrift – Kognition – Evolution. Eric A. Havelock und die Technologie kultureller Kommunikation*. In: *Havelock: Schriftlichkeit*, 1990, S.1-35.
- Assmann, Aleida: *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. München 1999.
- Assmann, Jan: *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. München 2000.
- Assmann, Jan: *Im Schatten junger Medienblüte. Ägypten und die Materialität des Zeichens*. In: Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt a. M. 1988, S. 141-160.
- Assmann, Jan: *Religion und kulturelles Gedächtnis*. München 2000.
- Augustinus, Aurelius: *De magistro*. Dt. Über den Lehrer. Stuttgart 1998.
- Bahr, Hans-Dieter: *Medien und Philosophie. Eine Problemskizze in 14 Thesen*, in: Sigrid Schade, Georg Christoph Tholen (Hrsg.): *Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien*. München 1999, S. 50-68.
- Bakardjieva, Maria: *Domestication Running Wild: From the Moral Economy of the Household to the Mores of a Culture*. In: Berker, Thomas/Hartmann, Maren/Punie, Yves/ Ward, Katie (Hrsg.): *Domestication of Media and Technology*. Berkshire 2006.
- Balász, Béla: *Der sichtbare Mensch*. In: ders.: *Schriften zum Film*. Bd. 1: *Der sichtbare Mensch. Kritiken und Aufsätze 1922-1926*. Hrsg. V. Helmut D. Diedrichs, Wolfgang Gersch, Magda Nagy. München 1982.
- Baudrillard, Jean: *Der symbolische Tausch und der Tod*. München 1982.

- Baudrillard, Jean: Videowelt und fraktales Subjekt. In: Barck, Karlheinz u. a. (Hrsg.): Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Leipzig 1990.
- Bauer Media KG: Generation Internet - Die 10- bis 19-Jährigen im Netz. Research & Media Marketing, Hamburg 2005.
http://www.bauermedia.de/uploads/media/Generation_Internet_120207. (Stand 17.06.2012).
- Bauman, Zygmunt: Leben als Konsum. Hamburg 2007.
- Beck, Klaus/Vowe, Gérard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin 1997.
- Beck, Klaus: Medien und soziale Konstruktion von Zeit. Über die Vermittlung von gesellschaftlicher Zeitordnung und sozialem Zeitbewusstsein. Opladen 1994.
- Beck, Ulrich: Die Subpolitik der Globalisierung. Die neue Macht der multinationalen Unternehmen; in: Gewerkschaftliche Monatshefte, Nr. 11/12 (1996), S. 673-680.
- Beck, Ulrich: Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung. Frankfurt a. M. 1997.
- Becker, Walter: Beeinflussungstechniken in Werbung und Verkauf. Zur Psychologie persuasiver Kommunikation. Wien 1998.
- Belliger, Andréa/ Krieger, David J. (Hrsg.): ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld 2006.
- Bendel, Klaus: Selbstreferenz, Koordination und gesellschaftliche Steuerung. Zur Theorie der Autopoiesis sozialer Systeme bei Niklas Luhmann. Pfaffenweiler 1993.
- Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. (1936/1939). In: ders.: Medienästhetische Schriften. Frankfurt am Main 2002. S. 351-387.
- Benjamin, Walter: Gesammelte Schriften. In: Tiedemann, Rolf / Schweppenhäuser, Hermann (Hrsg.): Frankfurt a. M. 1972-1989.
- Benjamin, Walter: Medienästhetische Schriften. Frankfurt a. M. 2002.
- Bente, Klaus: Productplacement. Entscheidungsrelevante Aspekte in der Werbepolitik. Wiesbaden 1990.
- Bernays, Edward L.: Propaganda. Die Kunst der Public Relations. Freiburg 2007.
- Berndt, Christina: Betrug unter der Schädeldecke. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 301, 31.Dezember 2002/1. Januar 2003.
- Bernstein, Richard J.: Freud and the Legacy of Moses. Cambridge Studies in Religion and Critical Thought 4. New York 1998.
- Birkerts, Sven: Die Gutenberg-Elegien. Lesen im elektronischen Zeitalter. Frankfurt a. M. 1997.
- Bloed, Peter/Tilz, Jana: Konsum: Jung, hip, markengeil. In: Focus Money Nr. 14/2012 vom 28.03.2012. http://www.focus.de/finanzen/boerse/konsum-jung-hip-markengeil_aid_728796.html (Stand: 16.04.2012).

- Blum, Roger: Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. In: Medienwissenschaft, Heft 15. Schweiz 2005.
- Böckenförde, Ernst-Wolfgang: Die Bedeutung der Geisteswissenschaften im politischen Leben. In: Florian Keisinger/Markus Müller/Ernste Murswiek/Angelika Steina-cher (Hrsg.): 10 x 1000 Worte für die Geisteswissenschaft. Warum wir die Geis-teswissenschaften brauchen. Eine Essaysammlung. Tübingen 2002.
- Boesken, Gesine: Lesen am Computer – Mehrwert oder Verwirrung? Untersuchungen zur „Konkurrenz“ zwischen Buch und Hypertext. In: Braungart, Georg/Eibel, Karl/Jannidis, Fotis (Hrsg.): Jahrbuch für Computerphilologie 4. Paderborn 2002, S. 85-114.
- Bolz, Norbert: Am Ende der Gutenberg-Galaxis. Die neuen Kommunikationsverhältnis-se. München 1993.
- Bolz, Norbert: Theorie der neuen Medien. München 1990.
- Bolz, Norbert: Wirklichkeit ohne Gewähr. In: Der Spiegel 26 (2000).
- Bolz, Norbert: Zur Theorie der Hypermedien. In: Huber, Jörg / Müller, Alois Martin (Hrsg.): Raum und Verfahren. Basel/Frankfurt 1993.
- Bott, Elisabeth: Family and Social Network. Roles, Norms and External Relationships in Ordinary Urban Families. London 1953.
- Bourdieu, Pierre: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Rein-hard Kreckel (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Sonderband 2, Göttingen 1983, S. 183-198.
- Brecht, Berthold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: ders.: Über Politik und Kunst. Frankfurt a. M. 1971.
- Brockhaus Enzyklopädie. Online-Ausgabe: www.brockhaus.de. (Stand: 15.10.2011).
- Bruhn, Manfred: Integrierte Kommunikation. In: Schwarz, Torsten/Braun, Gabriele (Hrsg.): Leitfaden integrierter Kommunikation. Waghäusel 2006, S.23-79.
- Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik: Cloud Computing.
https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/CloudComputing/CloudComputing_node.html (Stand: 12.03.2012)
https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/CloudComputing/Grundlagen/Grundlagen_node.html (Stand: 12.03.2012).
- Bundeskriminalamt (BKA):
http://www.bka.de/nn_224082/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/JahresberichteUndLagebil-der/Cybercrime/cybercrime2010,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/cybercrime2010.pdf (Stand: 16.09.2011).
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF): Bekanntmachung vom 01.09.2011-01.12.2011. <http://www.bmbf.de/foerderungen/16961.php> (Stand: 22.02.2012).
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi):
Deutschland Digital 2015.
<http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Technologie-und-Innovation/Digitale-Welt/IKT-Strategie-Nationaler-IT-Gipfel/deutschland-digital-2015.htm> (Stand:

- 20.02.2011).
Digitale Gesellschaft.
<http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Technologie-und-Innovation/Digitale-Welt/digitale-gesellschaft.html> (Stand: 20.02.2011).
- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM):
Studie zur Mediennutzung: Schon Grundschüler häufig online.
http://www.BITKOM.org/de/presse/62013_60220.aspx (Stand: 09.02.2012).
Connected Worlds: Wie Lebens- und Technikwelten zusammenwachsen
http://www.bitkom.org/files/documents/bitkom_connected_worlds_extranet.pdf
 (Stand: 20.05.2012).
Netzgesellschaft. Eine repräsentative Untersuchung zur Mediennutzung und dem Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland.
http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Publikation_Netzgesellschaft.pdf (Stand 07.01.2012).
Soziale Netzwerke. Zweite, erweiterte Studie. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet.
<http://www.bitkom.org/files/documents/SozialeNetzwerke.pdf> (Stand: 04.08.2012).
- Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 3., überarb. u. aktualisierte Aufl. Wien/Köln/Weimar 1998.
- Burst, Michael/Schmitt-Walter, Nikolaus: Vernetzte Kampagnen. Werbewirkung cross-medialer Kampagnen. SevenOne Media GmbH. Unterföhrung 2003.
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph: Web 2.0. Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. In: Media Perspektiven, Heft 7 (8/2011), S. 360-369.
http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/07082011_Busemann_Gscheidle.pdf (Stand: 04.09.2012).
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph: Web 2.0. Habitualisierung der Social Communitys. In: Media Perspektiven, Heft 7 (8/2012), S. 380-390. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Busemann_Gscheidle.pdf (Stand: 04.09.2012).
- Carlson, C.N.: Information overload, retrieval strategies and Internet user empowerment. Helsinki 2003. In Conference Paper: The Good, the Bad and the Irrelevant (COST 269), Helsinki, 3 - 5 September 2003. Media Lab UIAH, S. 169-173.
- Carroll, Noël: A Philosophy of Mass Art. Oxford 1998.
- Castells, Manuel: Die Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter, Bd. 1. Opladen 2001.
- Coleman, James S.: Social capital in the creation of human capital. *Sociological Theory* 6 (1988), S. 52-57.
- Collins, H.M./Yearley, S.: Epistemological Chicken. In: Pickering, A. (Hrsg.): *Science as Practice and Culture*. Chicago/London 1992, S. 301-326.
- Cooley, Charles H.: *Social Organisation. A Study of the Lager Mind*. New York 1909.
- Crick, Francis: *Was die Seele wirklich ist*. Reinbek bei Hamburg 1997.

- Dabashi, Hamid: *The Arab Spring. The End of Postcolonialism*. London/New York 2012.
- Daiber, Jürgen: *Literatur und Nicht-Linearität. Ein Widerspruch in sich? Jahrbuch für Computerphilologie 1* (1999). Unter: <http://computerphilologie.uni-muenchen.de/jahrbuch/jb1/daiber.html> (Stand: 20.06.2012).
- Damasio, Antonio R.: *Descartes' Irrtum – Fühlen, Denken und das menschliche Gehirn*. München 1994.
- De Saussure, Ferdinand: *Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft*. Berlin 1967.
- De Witt, Claudia/ Czerwionka, Thomas: *Mediendidaktik*. Bielefeld 2007.
- Debray, Régis: *Introduction à la Médiologie*. Dt. Einführung in die Mediologie. Bern 2003.
- Debray, Régis: *Vie et mort de l'image*. Paris 1992.
- Dederichs, Andrea Maria: *Das soziale Kapital in der Leistungsgesellschaft. Emotionalität und Moralität in „Vetternwirtschaften“*. Münster 1999.
- Degenhardt, Werner: *Aufgaben für die Medienwissenschaft*. In: Claudia Mast (Hrsg.): *Markt – Macht – Medien. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen*. Konstanz 1996, S.153-164.
- Derrida, Jacques: *Mal d'archive*. Editions Galilée. Paris 1995.
- Deutsche Mittelstandsnachrichten. <http://www.deutsche-mittelstandsnachrichten.de/2012/02/38431/> (Stand: 22.02.2012).
- Döring, Nicola: *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internets für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. 2. vollst. überarb. U. erw. Aufl. Göttingen 2003.
- Dröge, Franz/Kopper, Gerd: *Der Medienprozess. Zur Struktur innerer Errungenschaften der bürgerlichen Gesellschaft*. Opladen 1991.
- Dunn, Robert G.: *Identity Crises. A social critic in postmodernity*. Minneapolis 1998.
- Eagleton, Terry: *After Theory*. New York 2003.
- Eco, Umberto: *Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur*. Frankfurt a. M. 1986.
- Eco, Umberto: *Die Suche nach der vollkommenen Sprache*. München 2002.
- Edelmann, Gerald/Tononi, Giulio: *Gehirn und Geist. Wie aus Materie Bewusstsein entsteht*, München 2002.
- Elm, Theo/Hiebel, Hans H. (Hrsg.): *Medien und Maschinen. Literatur im technischen Zeitalter*, Freiburg i.Br. 1991.
- Engel, Bernhard/ Best, Stefanie: *Mediennutzung und Medienbewertung im Kohortenvergleich*. In: *Media Perspektiven* 11 (2001), S. 554-563.
- Engel, Manfred: *Kulturwissenschaft/en – Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft – kulturgeschichtliche Literaturwissenschaft*. In: *KulturPoetik*, 1. Bd., Heft 1 (2001), S. 8-36.
- Engell, Lorenz (Hrsg.): *Kursbuch Medien*. Stuttgart 1999.

- Enzensberger, Hans Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Glotz, Peter (Hrsg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München 1997.
- Enzensberger, Hans Magnus: Das Nullmedium oder Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind. In: Peter Glotz (Hrsg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München 1997.
- Erikson, Erik H.: Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze. 22. Aufl. Frankfurt a. M. 2005.
- Erl, Astrid/ Nünning, Ansgar (Hrsg.): Medien des kollektiven Gedächtnisses. Konstruktivität - Historizität - Kulturspezifität. Berlin/New York 2004.
- Faßler, Manfred/Halbach, Wulf (Hrsg.): Geschichte der Medien. München 1998.
- Faßler, Manfred: Cyber-Moderne. Medienevolution, globale Netzwerke und die Künste der Kommunikation. Wien/New York 1999.
- Faßler, Manfred: Was ist Kommunikation? München 1997.
- Faulstich, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. 5. vollst. überarb. und erheblich erweiterte Auflage. Stuttgart 2004.
- Faulstich, Werner: Beziehungskulturen. München 2007.
- Faulstich, Werner: Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen. München 2002.
- Faulstich, Werner: Medien und Kultur. Beiträge zu einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneberg. Göttingen 1991.
- Faulstich, Werner: Medientheorien: Einführung und Überblick. Göttingen 1991.
- Faulstich, Werner: Spiel, Bildung, Macht, Profit. Über die gesellschaftlichen Interessen an den Medien und ihren Wissenschaften. In: Bohn, Rainer (Hrsg.): Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft. Berlin 1988, Bd. 1, S. 223-237.
- Fink-Eitel, Hinrich: Dialektik der Macht. In: Angehrn, Emil u. a. (Hrsg.): Dialektischer Negativismus. Michael Theunissen zum 60. Geburtstag. Frankfurt/M 1992, S. 35-56.
- Fisch, Martin/Gescheidle, Christoph: Mitmachnetz 2.0. Rege Beteiligung nur in Communities. In: Media Perspektiven, Heft 7 (2008), S. 356-364.
- Fluckinger, Francois: Multimedia im Netz. München 1996.
- Flusser, Vilém: Kommunikologie, Frankfurt 1998
- Focus Money Online: Marken geben Sicherheit. Interview mit Wolfgang Adlwarth von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) über den gestiegenen Druck zur Inszenierung bei jungen Menschen – und warum die Generation Praktikum verstärkt nach Marken greift. http://www.focus.de/finanzen/boerse/interview-marken-geben-sicherheit_aid_728800.html (Stand: 16.04.2012).
- Fohler, Susanne: Techniktheorien. Der Platz der Dinge in der Welt des Menschen. München 2003.

- Frankfurter Allgemeine Zeitung: Schmutzkampagne gegen Facebook, (afp).
<http://www.faz.net/artikel/C32205/facebook-schmutzkampagne-gegen-google-30336860.html> (Stand: 25.05.2011).
- Fuchs, Thomas: Das Gehirn – ein Beziehungsorgan. Eine phänomenologisch-ökologische Konzeption. Stuttgart 2008.
- Geißler, Rolf: Arbeit am literarischen Kanon. Perspektiven der Bürgerlichkeit. Paderborn u. a. 1982
- Gemunden, Hans Georg: Management of Innovation III: Strategies and Structures, Chapter 6: Innovation and Cooperation, 6.1 Networks. Berlin 2001.
- Giesecke, Michael: Von den Mythen der Buchkultur zu den Visionen der Informationsgesellschaft. Trendforschungen zur kulturellen Medienökologie. Frankfurt a. M. 2002.
- Glaserfeld, Ernst von: Wege des Wissens. Konstruktivistische Erkundungen durch unser Denken. Heidelberg 1997.
- Goffman, Erving: Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. 18. Aufl. Frankfurt a. M. 1975.
- Goffman, Erving: Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper. 6. Auflage 1997. Originalausgabe: The Presentation of Self in Everyday Life. New York 1959.
- Goody, Jack /Watt, Ian. Konsequenzen der Literalität. In: Literalität in traditionellen Gesellschaften. Frankfurt a. M. 1981.
- Goody, Jack: The logic of writing and the organization of Society. Cambridge 1986.
- Göttlich, Udo: Aspekte einer kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel von Theodor W. Adorno, Leo Löwenthal und Raymond Williams. In: Helmut Schanze (Hrsg.): Medientheorien – Medienpraxis. Siegen 1994.
- Granovetter, Mark: The Strength of Weak Ties. In: American Journal of Sociology, Ausgabe 78, Heft 6 (1973), S. 1360-1380.
<http://sociology.stanford.edu/people/mgranovetter/documents/granstrengthweakties.pdf> (Stand 08.09.2011).
- Grawe, Christian: Herders Kulturanthropologie. Die Philosophie der Geschichte der Menschheit im Lichte der modernen Kulturanthropologie. Bonn 1967.
- Groebel, Jo/Gehrke, Gernot (Hrsg.): Internet 2002: Deutschland und die digitale Welt. Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Opladen 2003.
- Groß, Thomas: Per Anhalter durchs Pluriversum. Die Laien erobern das Internet. Mit welchen Folgen? Sieben Thesen zur digitalen Zukunft. In: DIE ZEIT, Nr. 38, 14.09.2006.
- Habermas, Jürgen: Die postnationale Konstellation. Politische Essays. Frankfurt am Main 1998.
- Habermas, Jürgen: Geliebte Objekte. Symbole und Instrumente der Identitätsbildung. Berlin/New York 1996.

- Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie bürgerlicher Gesellschaft. 6. Aufl. Frankfurt a. M. 1999
- Habermas, Jürgen: Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1-2. Frankfurt 1981.
- Hagner, Michael (Hrsg.): Ecce Cortex. Göttingen 1999.
- Halbwachs, Maurice: La mmoire collective. J. Alexandre (Hrsg). Paris 1950.
- Halbwachs, Maurice: Les cartes sociaux de la mémoire. Dt. Das Gedächtnis und seine sozialen Bedingungen. Frankfurt a. M. 1985
- Ham, Peter van: Die neue S-Klasse. Image ist alles: Der Aufstieg des Markenstaates. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 199, 30. August 2001.
- Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien. Baden-Baden 2009.
- Hans-Bredow-Institut: Mediale und mentale Repräsentation des Holocaust. <http://www.hans-bredow-institut.de/de/forschung/mediale-mentale-repraesentationen-des-holocaust> (Stand: 27.02.2012).
- Hargittai, Eszter: Second Level Digital Divide: differences in people's online skills. First Monday. Ausgabe 7. Heft 4, 1. April 2002. <http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/942/864> (Stand: 02.01.2012).
- Hartmann, Frank: Globale Medienkultur. Technik, Geschichte, Theorien. Wien 2006.
- Hartmann, Frank: Medien und Kommunikation. Wien 2008.
- Hartmann, Frank: Medienphilosophie. Wien 2000.
- Hasebrink, U.: Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In: Hasebrink U./Mikos L./Prommer E. (Hrsg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München 2004 (Reihe Rezeptionsforschung; Bd. 1), S. 67-86.
- Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik: Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung. Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungsrepräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens „Erfassung und Darstellung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland“. In: Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, Nr. 24, Juni 2012. Hamburg 2012. http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/657 (Stand: 13.08.2012).
- Häusel, Hans-Georg: Neuromarketing. Erkenntnis der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf. München 2006.
- Havelock, Eric A.: Schriftlichkeit. Das griechische Alphabet als kulturelle Revolution. Weinheim 1990.
- Heidegger, Martin: Sein und Zeit. Tübingen 1967.
- Heinz, Marion: Kulturtheorien der Aufklärung: Herder und Kant. In: Regine Otto (Hrsg.): Nationen und Kulturen: zum 250. Geburtstag Johann Gottfried Herders. Würzburg 1996.
- Helmes, Günter/Köster, Werner (Hrsg.): Texte zur Medientheorie. Stuttgart 2002. Reclam Nr. 18239

- Henn-Memmesheimer, Beate: Syntaktische Minimalformen: Grammatikalisierungen in einer medialen Nische. In: Patocka, Franz/Wiesinger, Peter (Hrsg.): Morphologie und Syntax deutscher Dialekte und historische Syntax des Deutschen. Beiträge zum 1. Kongress der Internationalen Gesellschaft für Dialektologie des Deutschen, Marburg/Lahn, 5.-8. März 2003. Wien 2004, S. 84 -118.
- Hepp, Andreas: Netzwerke der Medien – Netzwerke des Alltags.: Medienalltag in der Netzwerkgesellschaft. In: Thomas, Tanja (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden 2008, S. 63-90.
- Herder, J. Gottfried: Abhandlung über den Ursprung der Sprache. Berlin 1789.
- Hermann, Andreas/Brandenberg, Andreas/Rösger, Jürgen: The Deer has now the Gun! – Von der neuen Macht der Konsumenten. In: Betz, Christian/Schögel, Markus/Tomczak, Torsten (Hrsg.): Innovation Driven Marketing. Wiesbaden 2007, S. 67-77.
- Herrmanns, Dirk/Koenen, Andrea/Konert, Bertram/Michalski, René: Werkstattbereich - Interdisziplinärer Diskurs über den Wandel der Privatheit und die Rolle der Medien. In: Weiß, Ralph/Groebel, Jo (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen 2002. (= Schriftenreihe Medienforschung der LfR, Band 43, S. 549-621.
- Hessisches Sozialministerium: Netzwerkkompetenz (Praxisstudie 2001). Marburg 2001.
- Hess-Lüttich, Ernest W.B.: (N)Etiquette und Subversion. Autoritäten und Dialogverlust. In: Wende, Wara (Hrsg.): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg 2002, S. 173-193.
- Hess-Lüttich, Ernest W.B.: Schrift und Rede. Chat-Kommunikation als Zwittermedium. In: Wende, Wara (Hrsg.): Über den Umgang mit der Schrift. Würzburg 2002, S. 194-214.
- Heydebrand, Renate (Hrsg.): Kanon Macht Kultur. Theoretische, historische und soziale Aspekte ästhetischer Wahrnehmung. Stuttgart/Weimar 1998.
- Hickethier, Knut: Das „Medium“, die „Medien“ und die Medienwissenschaft. In: Bohn/Müller/Ruppert (Hrsg.): Ansichten einer zukünftigen Medienwissenschaft. Berlin 1988, S.51-74.
- Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart/Weimar 2003.
- Hiebel, Hans H./Hiebler, Heinz/Kogler, Karl/Walitsch, Herwig: Die Medien. Logik, Leistung, Geschichte. München 1998.
- Hoefler, Don C.: *Electronic News*. Vgl. <http://www.siliconvalley-usa.com/about/terman.html> (Stand: 5.6.2010).
- Hoffmann, Stefan: Geschichte des Medienbegriffs. Hamburg 2002
- Hoffmann-Riem, Wolfgang/Vesting, Thomas: Ende der Massenkommunikation? Zum Strukturwandel der technischen Medien. In: Media Perspektiven 6 (1994), S.382-391.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang: Wandel der Medienordnung - Reaktionen in Medienrecht, Medienpolitik und Medienwissenschaft. Baden-Baden 2009.

- Höflich, Joachim R.: Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: Beck, Klaus/Vowe, Gerhard (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin 1997, S. 85-104.
- Hohendahl, Uwe: Öffentlichkeit, Geschichte eines kritischen Begriffs. Stuttgart 2000.
- Hölig, S./Domeyer, H./Hasebrink, U.: Souveräne Bindungen. Zeitliche Bezüge in Medienrepertoires und Kommunikationsmodi. In: Suckfüll, M./ Schramm H./ Wünsch C. (Hrsg.): Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive. Baden-Baden 2011, S. 71-88.
- Hölscher, Lucian: Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit. Stuttgart 1979. (=Sprache und Geschichte, Bd.4).
- Holtkamp, Heiko: Einführung in TCP/IP. http://www.rvs.uni-bielefeld.de/~heiko/tcpip/tcpip_html_alt/kap_1.html (Stand: 19.02.2011).
- Hörisch, Jochen: Die deutsche Seele up to date. Sakramente der Medientechnik auf dem Zauberberg. In: Kittler/Tholen: Arsene der Seele. München 1989, S. 13-24.
- Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien. Von der Oblate zum Internet. Frankfurt a. M. 2004.
- Hörisch, Jochen: Flimmernde Mattscheiben und feste Buchstaben. Literatur im Zeitalter der Medienkonkurrenz. In: Universitas, 49. Jg., 2 Bd., H. 7-12 (2001). S.1043-1054.
- Hörisch, Jochen: Gott, Geld, Medien. Frankfurt a. M. 2004.
- Horkheimer, Max/ Theodor W. Adorno: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Zit. n. Max Horkheimer: Gesammelte Schriften, Bd. 5, Frankfurt a. M. 1987.
- Howe, Jeff: The Rise of Crowdsourcing. Wired Magazine, Ausgabe 14, Juni 2006. <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (Stand: 17.06.2012).
- Hradil, Stefan. Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich (2. Aufl.). Wiesbaden 2006.
- <http://de.secondlife.com> (Stand 20.02.2011)
- <http://de-de.facebook.com/> (Stand: 18.05.2011).
- <http://mf2010.medien-mittweida.de/news-lesen/items/fernsehen-ist-lean-back-medium.html> (Stand: 26.10.2010).
- <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22> (Stand: 04.08.2012)
- <http://www.ard-digital.de/Empfang--Technik/IPTV/IPTV-Einfuehrung> (Stand: 14.8.2011).
- <http://www.boersenverein.de/de/portal/Wirtschaftszahlen/158286> (Stand: 18.08.2011).
- <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Artikel/2012/02/2012-02-12-acta.html> (Stand: 26.03.2012).
- <http://www.dailydeal.de> (Stand: 13.05.2012).
- <http://www.groupon.de> (Stand: 13.05.2012).

- <http://www.linkedin.com> (Stand: 24.02.2011)
- <http://www.nytimes.com/2011/09/11/business/computer-generated-articles-are-gaining-traction.html?pagewanted=all> (Stand: 22.02.2012).
- <http://www.siliconvalley-usa.com/about/terman.html> (Stand: 5.6.2010)
- <http://www.smartshopping.de> (Stand: 13.05.2012).
- <http://www.stern.de/digital/telefon/umfrage-der-knigge-gesellschaft-ist-schluss-machen-per-sms-okay-1661612.html> (Stand: 14.8.2011).
- <http://www.stern.de/politik/ausland/karikaturenstreit-chronologie-von-der-zeichnung-bis-zum-terror-1638650.html> (Stand: 26.02.2012)
- <http://www.studivz.net> (Stand: 26.07.2010).
- <http://www.uni-mainz.de/presse/20429.php> (Stand: 02.06.2010).
- <http://www.unimedizin-mainz.de/index.php?id=5377> (Stand: 02.06.2010).
- <http://www.wikileaks.lu/> (Stand: 25.05.2011).
- <http://www.xing.de> (Stand: 11.02.2012).
- <http://www.youtube.com/> (Stand: 01.09.2011).
- Hugger, Kai-Uwe: Abschied von der Netzgeneration: Von den Digital Natives zu den Jugendkulturen. In: Lauffer, Jürgen/Röllecke, Renate (Hrsg.): Dieter-Baacke Preis - Handbuch 5. Jugend – Medien – Kultur. Medienpädagogische Konzepte und Projekte. München 2010, S.18-24.
- Hurrelmann, Bettina: Fernsehen in der Familie. Auswirkungen der Programmerweiterungen auf den Mediengebrauch. Weinheim/München 1989.
- Imhof, Kurt: Die Verankerung der Utopie herrschaftsemanzipierten Raisonnements im Dualismus Öffentlichkeit und Privatheit. Einführung. In: Imhof, Kurt/Schulz, Peter Hg.): Die Veröffentlichung des Privaten – Die Privatisierung der Öffentlichkeit. Opladen/Wiesbaden 1998, S. 15-24.
- Initiative D21 e.V. : Digitale Gesellschaft 2011. Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich. Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. http://www.initiaved21.de/wp-content/uploads/2011/11/Digitale-Gesellschaft_2011.pdf (Stand 25.06.2012).
- Innis, Harold: Empire and Communications. Oxford 1950.
- Innis, Harold: The Bias of Communication. Toronto 1951.
- Innis, Harold: The Strategy of Culture. Toronto 1952.
- International Telecommunication Union (ITU): Statistical Highlights 2012. http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/pdf/2011%20Statistical%20highlights_June_2012.pdf (Stand: 08.09.2012).
- IW Consult/BITKOM: Wirtschaft digitalisiert – Wie viel Internet steckt in den Geschäftsmodellen deutscher Unternehmen? Berlin/Köln 2011. http://www.BITKOM.org/files/documents/Studie_Wirtschaft_digitalisiert.pdf (Stand: 16.02.2012).

- Jäckel, Michael: Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. Opladen 1996.
- Jäger, Ludwig/Switalla, Bernd: Sprache und Literaturwissenschaft im Wandel ihrer medialen Bedingungen: Perspektiven der Germanistik. In: Jäger/Switalla (Hrsg.): Germanistik in der Mediengesellschaft. 1994.
- Jahraus, Oliver: Die Prinzessin, der Tod und die Medien.
<http://www.medienobservationen.uni-muenchen.de/artikel/heckfenster/Diana.html> (Stand: 16.02.2011).
- Jahraus, Oliver: Literaturtheorie. Theoretische und methodische Grundlagen der Literaturwissenschaft. Tübingen 2004.
- Jahraus; Oliver: Literatur als Medium. Sinnkonstitution und Subjekterfahrung zwischen Bewusstsein und Kommunikation. Weilerswist 2003.
- Jantsch, Erich: Die Selbstorganisation des Universums: Vom Urknall zum menschlichen Geist. München/Wien 1979.
- Journal of Computer-Mediated Communication. <http://jcmc.indiana.edu/> (Stand: 01.07.2012).
- Jünger, F.G.: Die Perfektion der Technik. Frankfurt a. M. 1946.
- Kaschuba, Wolfgang: Öffentliche Kultur. Kommunikation, Deutung und Bedeutung. In: Jaeger, Friedrich/Liebsch, Burkhard (Hrsg.): Handbuch der Kulturwissenschaften. Bd. 1: Grundlagen und Schlüsselbegriffe. Stuttgart/Weimar 2004, S. 128-138.
- Kautt, York: Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien. Bielefeld 2008.
- Kepplinger, Hans Mathias: Was unterscheidet die Mediatisierungsforschung von der Medienwirkungsforschung? In: Publizistik, 53. Jahrgang, 2008, S. 326-338.
- Kerckhove, Derrick de: Schriftgeburten. Vom Alphabet zum Computer. München 1995.
- Kerkmann, Christof: Warum Google so polarisiert. In:
<http://www.stern.de/digital/online/kritik-am-internet-giganten-warum-google-so-polarisiert-1560960.html>. Erscheinungsdatum: 25. April 2010, 12:42 (Stand : 05.02.2012).
- Kerr, Elaine B./Hiltz, Starr Roxanne: Computer-Mediated Communication Systems. Status and Evaluation. New York 1982.
- Kerres, Michael: Wirkungen und Wirksamkeit neuer Medien in der Bildung. In R. K. Keill-Slawik, M. (Ed.), Education Quality Forum. Wirkungen und Wirksamkeit neuer Medien. Münster 2003.
- Ketterl, Hans Peter: Politische Kommunikation. Analysen und Perspektiven eines sicher verändernden Kommunikations-Genres. Inauguraldissertation an der Ludwig-Maximilians-Universität. München 2004.
- Keupp, Heiner u. a.: Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. 2. Aufl. Reinbeck 2002.
- Keupp, Heiner: Soziale Netzwerke. Eine Metapher des gesellschaftlichen Umbruchs? In: Bernd Röhrle & Heiner Keupp: Soziale Netzwerke. Frankfurt 1987.

- Kittler, Friedrich: Aufschreibsysteme 1800/1900. 1.Aufl. München 1985, 2. Erw. u. korrig. Aufl. 1987. 3., vollst. überarb. Aufl. 1995.
- Kittler, Friedrich: Draculas Vermächtnis. Technische Schriften. München 1993.
- Kittler, Friedrich: Eine Kulturgeschichte der Kulturwissenschaft. München 2000.
- Kittler, Friedrich: Grammophon, Film, Typewriter. Berlin 1986.
- Kittler, Wolf: Schreibmaschinen, Sprechmaschinen. Effekte technischer Medien im Werk Franz Kafkas, in: ders./Neumann, Gerhard (Hrsg.): Schriftverkehr, Freiburg im Breisgau 1990, S. 75-163.
- Kloock, Daniela/Spahr, Angela: Medientheorien. Eine Einführung. München 1997.
- Klotz, Barbara: Onlinerollenspiele – Korrelate und Konsequenzen. Diplomarbeit. Münster 2008. Online: <http://barbara.patrickkorte.de/Onlinerollenspiele%20-%20Korrelate%20und%20Konsequenzen.pdf> (Stand 26.10.2010).
- Kluge, Friedrich: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin/New York 2002.
- Köcher, Renate: Schleichende Veränderung. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 20. August 2008.
- Koelle, August: System der Technik. Berlin 1822.
- Konert, Betram/Hermanns, Dirk: Der private Mensch in der Netzwelt. In: Weiß, Ralph:/Groebel, Jo (Hrsg.): Privatheit im öffentlichen Raum. Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung. Opladen 2002, S. 415-505.
- Koziol, Klaus: Die Markengesellschaft. Wie Marketing Demokratie und Öffentlichkeit verändert. Konstanz 2007
- Kracauer, Siegfried. Von Caligari zu Hitler. Eine psychologische Geschichte des deutschen Films. Frankfurt a. M. 1984.
- Krallmann, Dieter/ Ziemann, Andreas: Grundkurs Kommunikationswissenschaft. Mit einem Hypertext- Vertiefungsprogramm im Internet. München 2001.
- Krämer, Sibylle: Computer: Werkzeug oder Medium? Über die Implikationen eines Leitbildwechsels. In: H.-P. Böhm, H./Gebauer, B. Irrgang (Hrsg.): Nachhaltigkeit als Leitbild für Technikgestaltung. Dettelbach 1996.
- Kramer, Stefan: Hypermediale Key Visuals. In: Paech, Joachim/Schröter, Jens (Hrsg.): Intermedialität analog/digital. Theorien, Modelle, Analysen. München 2008, S. 91-102.
- Krämer, Sybille (Hrsg.): Medien – Computer – Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Frankfurt a. M. 1998.
- Krämer, Sybille, Was haben Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun? in: dies. (Hrsg.), Medien Computer Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien, Frankfurt a. M. 1998.
- Krämer, Sybille: Das Medium als Spur und als Apparat. In: ders. (Hrsg.): Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien, Frankfurt am Main 1998, S. 73-94.

- Krings, Bettina-Johanna/Riehm, Ulrich: Internet für alle? Die Diskussion des "digital divide" revisited. In: Rehberg, K.-S. (Hrsg.): Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede. Frankfurt a. M. 2006, S. 3052-3061.
- Kroeber-Riel, W./ Meyer-Hentschel, G.: Werbung - Steuerung des Konsumentenverhaltens. Würzburg 1982.
- Krone, Jan: Medienwandel kompakt 2008-2010. Schlaglichter der Veränderung in Medienökonomie, -politik, -recht und Journalismus - ausgewählte Netzveröffentlichungen. Baden-Baden 2011.
- Krotz, Friedrich/Hepp, Andreas (Hrsg.): Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze. Wiesbaden 2012.
- Krotz, Friedrich: Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden 2007.
- Krug, Joachim/Kuhl, Ulrich: Macht, Leistung, Freundschaft. Motive als Erfolgsfaktoren in Wirtschaft, Politik und Spitzensport. Stuttgart 2006.
- Kruse, Lenelis: Privatheit als Problem und Gegenstand der Psychologie. Bern u. a. 1980.
- Kübler, Hans-Dieter: Auf dem Weg zur wissenschaftlichen Identität und methodologischen Kompetenz. In: Bohn, Rainer u. a. (Hrsg.): Ansichten einer künftigen Medienwissenschaft. Berlin 1996, S. 29-50.
- Kümmel, Albert/Scholz, Leander/Schumacher, Eckhard: Einführung in die Geschichte der Medien. München 2004.
- Künzler, Jan: Medien und Gesellschaft. Die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Stuttgart 1989.
- Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.). Stuttgart 1999.
- Langewiesche, Dieter: Der Ort der Geisteswissenschaften im politischen Leben. In: Florian Keisinger/Markus Müller/Ernste Murswiek/Angelika Steinacher (Hrsg.): 10 x 1000 Worte für die Geisteswissenschaft. Warum wir die Geisteswissenschaften brauchen. Eine Essaysammlung. Tübingen 2002.
- Lasswell, Harold D.: Propaganda Technique in World War I. Cambridge/London 1927.
- Latour, Bruno: Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft. Frankfurt a. M. 2002.
- Latour, Bruno: Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford 2005.
- Leffers, Jochen: Krank gemeldete Angestellte. Nach Facebook-Besuch gefeuert. In: Spiegel Online vom 26.04.2009.
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,621185,00.html> (Stand: 24.08.2011).
- Leggewie, Claus: Netizens oder der gut informierte Bürger heute. In: Michalski, Krzysztof (Hrsg.): Medien und Demokratie. Frankfurt a. M. 1997, S. 3-25.

- Leibniz: Unvorgreifliche Gedanken, betreffend die Ausübung und Verbesserung der Deutschen Sprache von 1717. In: Pietsch, Paul: Leibniz und die deutsche Sprache (III). In: Wissenschaftliche Beihefte zur Zeitschrift des Allgemeinen Deutschen Sprachvereins. 4. Reihe. Heft 30 (1980), S. 313-356.
- Lessig, Lawrence: Free Culture. The nature and future of creativity. New York 2004.
- Lévi-Strauss, Claude: La pensée sauvage. Paris 1962. Dt.: Das wilde Denken. Frankfurt a. M. 1973.
- Lévy, Pierre: Cyberkultur. Universalität ohne Tonalität. In: Bollmann, Stefan/Heibach, Christiane (Hrsg.): Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Reinbeck 1998, S. 60-87.
- Libertus, Michael/Wiesner, Jan: Netzneutralität, offenes Internet und kommunikative Grundversorgung. Zum Stand der Debatte in Deutschland, Europa und den USA. In: Media Perspektiven, Heft 2, 2011, S. 80-90.
- Lippmann, Walter: Public opinion. New York 1922.
- Livingstone, Sonia M.: On the mediation of everything. In: Journal of Communication Heft 59 (2009), S. 1-18.
- Luhmann, Niklas: Das Internet ist kein Massenmedium. Über Medien, Journalisten und Wahrheit. Interview mit Stefan Laurin. In: UNICUM. Das Hochschulmagazin. Heft 15 (1997), S. 20.
- Luhmann, Niklas: Das Problem der Epochenbildung und die Evolutionstheorie. In: Epochenschwellen und Epochenstrukturen im Diskurs der Literatur- und Sprachgeschichte. Frankfurt a. M. 1985.
- Luhmann, Niklas: Die Form der Schrift. In: Gumbrecht/Pfeiffer (Hrsg.): Schrift, 1993, S.349-366.
- Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, 2., erw. Aufl. Opladen 1996.
- Luhmann, Niklas: Ökologische Kommunikation. Opladen 1986
- Luhmann, Niklas: Soziale Systeme - Grundriss einer allgemeinen Theorie. 5. Aufl. Frankfurt am Main 1994.
- Luhmann: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a. M. 1997.
- Lundby, Knut: Introduction: Mediatization' as a Key. In: Lundby, Knut (Hrsg.): Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York u. a. 2009, S. 1-18.
- Lüttcher, Beatrice: Eine kurze Geschichte freier Software. Interview mit Oliver Zendel. In: Lehman, Kai/Schetsche, Michael (Hrsg.): Die Google-Gesellschaft – vom digitalen Wandel des Wissens. Bielefeld 2005, S. 151-156.
- Magreiter, Reinhard: Realität und Medialität. Zur Philosophie des ‚Medial Turn‘. In: Medienjournal. Zeitschrift für Kommunikationskultur, 23. Jg., Nr. 1, 1999.
- Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen 1998.
- Maletzke, Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Opladen 1998.
- Manovich, Lev: The Language of New Media. Cambridge/London 2001.

- Marquard, Odo: Über die Unvermeidlichkeit der Geisteswissenschaften. In: Westdeutsche Rektorenkonferenz (Hrsg.): Anspruch und Herausforderung der Geisteswissenschaften. Dokumente der Hochschulrektorenkonferenz. Bd. 56, 1985.
- Matejovski, Dirk/Kittler, Friedrich (Hrsg.): Literatur um Informationszeitalter. Frankfurt a. M. 1996.
- Maturana, Humberto/Varela, Francisco: Der Baum der Erkenntnis. Bern/München 1987.
- Matzker, Reiner: Das Medium der Phänomenalität. Wahrnehmungs- und erkenntnistheoretische Aspekte der Medientheorie und Filmgeschichte München 1993.
- Matzker, Reiner: Zur Einführung. Medienbegriff und Medienforschung in ihrer Bedeutung für die Auslandsgermanistik. In: Friedrich Knilli/Reiner Mathker (Hrsg.): Die Rolle der Medien in der Auslandsgermanistik. Frankfurt a. M. u. a. 1989, S. 11-26.
- Maxwell, Bennett/Dennett, Daniel/Hacker, Peter/Searle, John: Neurowissenschaft und Philosophie - Gehirn, Geist und Sprache. Frankfurt a. M. 2010.
- Mayer, Margit: Soziales Kapital und Stadtentwicklungspolitik. Lokale Politik, soziales Kapital und Bürgergesellschaft. Opladen 2001.
- McClelland, D.C.: How motives, skills, and values determine what people do. In: American Psychologist, Heft 40 (1985), S. 812-825.
- McClelland, D.C.: Human motivation. London 1985.
- McLuhan, Marshall/Fiore, Quentin: The Medium is the Message. An Inventory of Effects. Reprint San Francisco 1996.
- McLuhan, Marshall/Powers, Bruce R.: The Global Village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn 1995.
- McLuhan, Marshall: Die Gutenberg-Galaxis. Das Ende des Buchzeitalters. Düsseldorf 1968. Neuaufl. Bonn 1995.
- McLuhan, Marshall: Die magischen Kanäle. Understanding Media. Dresden, Basel 1994.
- McLuhan, Marshall: The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man. Toronto 1962.
- McLuhan, Marshall: Understanding Media. The Extensions of Man. New York 1964.
- Mead, Georg Herbert: Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. 12. Aufl. Frankfurt a. M. 2000.
- Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994.
- Merten, Klaus: Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen 1977.
- Merten, Klaus: Wirkungen von Kommunikation. In: Klaus Merten, /Siegfried J. Schmidt/Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994, S. 291-328.
- Metzler Lexikon – Literatur und Kulturtheorie. Ansätze – Personen - Grundbegriffe. Nünning, Ansgar (Hrsg.). Stuttgart/Weimar 2001.

- Metzler Lexikon: Kultur der Gegenwart. Themen und Theorien, Formen und Institutionen seit 1945. Ralf Schnell (Hrsg.). Stuttgart/Weimar 2000.
- Metzler Lexikon: Medientheorie und Medienwissenschaft. Schanze, Helmut (Hrsg.). Stuttgart/Weimar 2002.
- Meyen, Michael: Medialisierung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Medien & Kommunikationswissenschaft, 57. Jahrgang, Heft 1. Hamburg 2009, S. 23-38.
- Meyer, Robert/Zhao, Shengui/Han, Jin: The upgraded Digital Divide. Are we developing new Technologies faster than Consumers can use them? Philadelphia 2005.
- Michael Jäckel: Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung der Massenkommunikation. Opladen 1996.
- Microsoft: Blick in der Zukunft der Kommunikation.
<http://www.microsoft.com/germany/newsroom/pressemitteilung.msp?id=533589> (Stand: 18.07.2012).
- Miklis, Katharina: Facebook-Fans stürmen Geburtstagsparty. Im Vorgarten von Thessa. Stern-Artikel vom 4. Juni 2011. <http://www.stern.de/digital/online/facebook-fans-stuermen-geburtstagsparty-im-vorgarten-von-thessa-1692209.html> (Stand: 13.05.2012).
- Misoch, Sabine: Online Kommunikation. Konstanz 2006.
- Mock, Thomas: Was ist ein Medium? Eine Unterscheidung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Grundverständnisse eines zentralen Begriffs. In: Publizistik 51 Jahrgang; Heft. 2, 2006, S. 183-200.
- Morozov, Evgeny: Iran: Downside to the „Twitter Revolution“. In: Dissent, 56 (4). 2009. S. 10-14. <http://muse.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/dissent/v056/56.4.morozov.html> (Stand: 12.06.2012).
- Müller von Blumencron, Mathias/Pauly, Christoph: Kapitalismus ohne Gesicht. In: Der Spiegel, Nr. 7, 15. Februar 1999, S. 84-90.
- Müller, Jürgen E.: Intermedialität: Formen moderner kultureller Kommunikation. Münster 1996.
- Münker, Stefan/Roesler, Alexander: Vom Mythos zur Praxis. In: Dies. (Hrsg.): Praxis Internet. Frankfurt a. M. 2002.
- Negroponte, Nicholas: Total Digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation. München 1995.
- Neidhard, Friedhelm: Innere Prozesse und Außenweltbedingungen sozialer Gruppen. In: Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Einführung in die Gruppensoziologie. Geschichte, Theorien, Analysen. 3., korr. Aufl. Wiebelsheim 1999, S. 135-156.
- Neidhardt, Friedhelm: Öffentlichkeit. In: Schäfers, Bernhard/Zapf, Wolfgang (Hrsg.): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands. Opladen 1998, S. 487-495.
- Neuhaus, Stefan: Revision des literarischen Kanons. Göttingen 2002.
- O'Reilly, Tim: What is Web 2.0? (2005). <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html> (Stand: 15.02.2011).
- Ong, Walter J.. Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes. Opladen 1987.

- Online Publishers Association. In: Funkschau.
<http://www.funkschau.de/news/index.php?mode=shownews&NewsID=957>
 (Stand 17.08.2011).
- Paech, Joachim/Schröter, Jens (Hrsg.): Intermedialität Analog/Digital. Theorien-
 Methoden-Analysen. München 2008
- Palfrey, John/Gasser, Urs: Generation Internet. Die Digital Natives: Wie sie leben – Was
 sie denken – Wie sie arbeiten. München 2008.
- Palm, Carla: Medien im Sog der Politkrise. In: w&v, Nr. 8, 25. Februar 2000.
- Pfaller, Robert (Hrsg.): Interpassivität. Studien über delegiertes Genießen. Wien/New
 York 2000.
- Pietsch, Paul: Leibniz und die deutsche Sprache (III). In: Wissenschaftliche Beihefte zur
 Zeitschrift des Allgemeinen Deutschen Sprachvereins. 4. Reihe. Heft 30, 1980.
- Platon: Phaidros oder Vom Schönen. In: ders.: Sämtliche Werke, Bd. 4 Heideberg 1984.
- Poole, K.J./Durieux, P.: Content Management: The Critical Success Factor for E-
 procurement. Ernst & Young LLP. San Francisco 1999.
- Popper, Karl: Die beiden Grundprobleme der Erkenntnistheorie. Tübingen 1994 .
- Posner, Roland: Kulturemiotik. In: Vera Nünning/Ansgar Nünning (Hrsg.): Konzepte
 der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektive.
 Stuttgart/Weimar 2003.
- Postman, Neil: Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt am Main 1983.
- Prensky, Marc: Digital Natives, Digital Immigrants. In: On The Horizon, MCB Univer-
 sity Press, Ausgabe 9, Heft 5 (2001).
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Stand:
 11.07.2012).
- Prokop, Dieter: Medien-Wirkungen. Frankfurt am Main 1981.
- Prommer, Elisabeth/Vowe, Gérard (Hrsg.): Computervermittelte Kommunikation. Öff-
 fentlichkeit im Wandel. Konstanz 1998. (=kommunikativ audiovisuell, Band
 26.).
- Pross, Harry: Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen. Darmstadt 1972.
- Reporter ohne Grenzen: Feinde des Internets 2012. <http://www.reporter-ohne-grenzen.de/presse/pressemitteilungen/meldung-im-detail/artikel/rog-bericht-feinde-des-internets-2012/> (Stand: 26.03.2012).
- Rheingold, Howard: Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des
 Computers. Bonn/Paris: 1994.
- Richardson, Helen J.: A ‘Smart House’ is not a Home: The Domestication of ICTs. In:
 InfSyst Front, 11 (5) 2009, S. 599-608.
- Rickli, Christina: Trauer- oder Traumageschichten? Amerikanische Romane nach 9/11.
 In: Poppe, Sandra /Schüller, Thorsten/ Seiler, Sascha (Hrsg.): 9/11 als kulturelle
 Zäsur – Repräsentationen des 11. September 2001 in kulturellen Diskursen. Lite-
 ratur und visuellen Medien. Bielefeld 2009, S. 103-120.

- Riedl, Rupert: Strukturen der Komplexität: Eine Morphologie des Erkennens und Erklärens. Berlin/Heidelberg 2000.
- Riepl, Wolfgang: Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer. Leipzig/Berlin 1913.
- Robben, Bernard: Der Computer als Medium. Eine transdisziplinäre Theorie. Bielefeld 2006.
- Rogers, Everett M.: Diffusion of Innovations. 5. Auflage. New York 2003.
- Rorty, Richard: Dürfen die Vereinigten Staaten einen Präventivkrieg gegen den Irak führen? In: Die Zeit, Nr. 7, vom 06.02.2003.
- Rosa, Hartmut: Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstruktur in der Moderne. Frankfurt a. M. 2005.
- Röser, Jutta/ Peil, Corinna: Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag. In: Röser, Jutta/Thomas, Tanja/ Peil, Corinna (Hrsg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden 2010, S. 220 - 241.
- Röser, Jutta: Wenn das Internet das Zuhause erobert: Dimensionen der Veränderung aus ethnografischer Perspektive. In: Röser, Jutta (Hrsg.): MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien. Wiesbaden 2007, S. 157-171.
- Rössel, Jörg: Kostenstruktur und Ästhetisierung? Zur Erklärungskraft von Lebensstilen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 3 (2006), S. 453-467.
- Roth, Gerhard: Die Selbstreferentialität des Gehirns und die Prinzipien der Gestaltwahrnehmung. In: Gestalt Theory 7 (1985), S. 228-244..
- Roth, Gerhard: Das Gehirn und seine Wirklichkeit. Kognitive Neurobiologie und ihre philosophischen Konsequenzen. Frankfurt 1994.
- Roth, Gerhard: Worüber dürfen Hirnforscher reden – und in welcher Weise? In: Geyer, Christian (Hrsg.): Hirnforschung und Willensfreiheit. Zur Deutung der neuesten Experimente. Frankfurt am Main 2004.
- Ruesch, Juergen/ Bateson, Gregory: Kommunikation. Die soziale Matrix der Psychiatrie. Heidelberg 1991.
- Rühl, Manfred: Von fantastischen Medien und publizistischer Medialisierung. In: Dernbach, Beatrice/Rühl, Manfred/Theis-Berglmair, Anna Maria (Hrsg.): Publizistik im vernetzten Zeitalter. Berufe - Formen - Strukturen. Opladen 1998, S. 95-107.
- Runkehl, Jens/Schlobinski, Peter/Siever, Torsten: Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen/Wiesbaden 1998.
- Saxer, Ulrich: Konstituenten einer Medienwissenschaft. In: Schanze, Helmut/Ludes, Peter (Hrsg.): Qualitative Perspektiven des Medienwandels. Opladen 1997, S. 15-26.
- Saxer, Ulrich: Mediengesellschaft: Verständnisse und Missverständnisse. In: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen 1998.

- Schäfers, Bernhard: Entwicklung der Gruppensoziologie und Eigenständigkeit der Gruppe als Sozialgebilde. In: ders. (Hrsg.): Einführung in die Gruppensoziologie. Geschichte, Theorien, Analysen. 3., korr. Aufl. Wiebelsheim 1999, S. 19-36.
- Schanze, Helmut: Handbuch der Mediengeschichte. Stuttgart 2001.
- Scheffer, Bernd: Interpretation und Lebensroman. Zu einer konstruktivistischen Literaturtheorie. Frankfurt a. M. 1992.
- Scheffer, Bernd: Küß die Aura, Laura! Mehr als ein Schlagwort: Surfen als Kulturtechnik der Zukunft. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 161, 16. Juli 1997.
- Scheffer, Bernd: Wie wir erkennen. Die soziale Konstruktion von Wirklichkeit im Individuum. In: Deutsches Institut für Fernstudien, DIFF (Hrsg.): Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit. Funkkolleg, zwölf Studienbriefe mit 30 Studieneinheiten, Studienbrief 2, Studieneinheit 5, Weinheim / Basel 1990.
- Schelhowe, Heidi: Das Medium aus der Maschine. Zur Metamorphose des Computers. Frankfurt 1997.
- Schelske, Andreas: Soziologie vernetzter Medien. Grundlagen computervermittelter Vergesellschaftung. München 2007.
- Schenk, David: Data Smog: Surviving the Information Glut. 1997.
<http://www.salemstate.edu/~tevang/overload.htm> (Stand 15.03.2011).
- Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. 3. Auflage. Tübingen 2007.
- Schenk, Michael: Soziale Netzwerke und Kommunikation. Tübingen 1984.
- Schiller, Herbert Irving: Mass Communication and American Empire. Boulder 1992.
- Schlobinski, Peter: *knuddel - zurueckknuddel - dich ganzdollknuddel*. Inflektive und Inflektivkonstruktionen im Deutschen. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik (29). 2001, S. 192-218.
- Schmidt Siegfried J./Zurstiege, Guido: Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg 2000.
- Schmidt, Jan: Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Konsequenzen des Web 2.0. Konstanz 2009.
- Schmidt, Nicola D.: Verbraucherschutz im Internet - Wie viel Vertrauen ist gerechtfertigt? S. 3. In: Verbraucherzentrale Bundesverband (Hrsg.). Berlin 2005.
http://www.vzbv.de/mediapics/dossier_internet_08_03_2005.pdf (Stand: 17.08.2011).
- Schmidt, Siegfried J.: Die Welten der Medien. Grundlagen und Perspektiven der Medienbeobachtung. Braunschweig 1996.
- Schmidt, Siegfried J.: Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Merten, Klaus / Schmidt, Siegfried/ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994
- Schmidt, Siegfried J.: Kalte Faszination. Medien Kultur Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist 2000.

- Schmidt, Siegfried J.: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Frankfurt a. M. 1994.
- Schmidt, Siegfried J.: Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt/Main 1992, S. 425–450.
- Schmidt, Siegfried J.: Medienkulturwissenschaft. In: Nünning, Ansgar/Nünning, Vera: Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. Stuttgart 2003, S. 351-369.
- Schneider, Beate: Das Mediensystem als politischer Akteur. In: Jarren, O./Sarcinelli, U./Saxer, U. (Hrsg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen/Wiesbaden 1998.
- Schön, Erich: Publikum und Roman im 18. Jahrhundert. In: Jäger, Hans-Wolf (Hrsg.): Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert. Göttingen 1997, S. 295-326.
- Schöttker, Detlev (Hrsg.): Von der Stimme zum Internet. Texte aus der Geschichte der Medienanalyse. Göttingen 1999.
- Schulz, Winfried: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2011.
- Schumacher, Eckhard: Hypertext und World Wide Web. In: Albert Kümmel/Leander Scholz/Eckhard Schumacher (Hrsg.): Einführung in die Geschichte der Medien. Paderborn 2004.
- Schütz, Alfred/Luckmann, Thomas: Strukturen der Lebenswelt. Konstanz 2003.
- Schütz, Erhard u. a. (Hrsg.): HighTech – LowLit? Literatur und Technik. Essen 1991, S. 75-163.
- Schweiger, Wolfgang: Gibt es einen transmedialen Nutzungsstil? Theoretische Überlegungen und empirische Hinweise. Publizistik 2 (2005), S. 173-200.
- Sennett, Richard: Verfall und Ende de öffentlichen Lebens. Tyrannei der Intimität- 11. Aufl. Frankfurt a. M. 2000.
- Shannon, Claude/Weaver, Warren: The mathematical theory of communication, Illinois 1949.
- Siefkes, Dirk/Eulenhöfer, Peter/Stach, Heike/Städtler, Klaus (Hrsg.): Sozialgeschichte der Informatik: kulturelle Praktiken und Orientierungen. Wiesbaden 1998.
- Siegert, Gabriele: Marktmacht Medienforschung. Die Bedeutung der emiririschen Medien- und Publikumsforschung im Wettbewerbssystem. München 1993.
- Siever, Torsten/Schlobinski, Peter/Runkehl, Jens (Hrsg.): Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet. Berlin u. a. 2005.
- Simmel, Georg: Soziologie. Untersuchungen über die Form der Vergesellschaftung.5. Auflage. Berlin 1968.
- Singer, Wolf. In: Der Spiegel, Ausgabe 43 (18.10.2004), S. 206.
- Singer, Wolf: Ein neues Menschenbild? Gespräche über Hirnforschung. Frankfurt a. M. 2003.

- SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH: Information zu den SINUS-Milieus 2011. Stand 04/2011. S. 17. http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownloadcenter/Informationen_Sinus-Milieus_042011.pdf (Stand: 22.03.2012).
- Sony Corporation: <http://www.sony.net/SonyInfo/News/Press/201105/11-0515E/index.html> (Stand: 26.03.2012).
- Spitzer, Manfred: Nervensachen. Perspektiven zu Geist, Gehirn und Gesellschaft. Stuttgart 2004.
- Stadler, Michael/Kruse Peter: Gestalttheorie und Theorie der Selbstorganisation. In: Gestalt Theory 8 (1986). S.75–98.
- Stegbauer, Christian/Rausch, Alexander: Die schweigende Mehrheit – „Lurker“ in internetbasierten Diskussionsforen. In: Zeitschrift für Soziologie, 30 (2001), S. 47-64.
- Stegbauer, Christian/Rausch, Alexander: Strukturalistische Internetforschung. Netzwerkanalysen internetbasierter Kommunikationsräume. Wiesbaden 2006.
- Stegbauer, Christian: Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden 2001.
- Stegbauer, Christian: Raumzeitliche Struktur im Internet. In: Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. 39 (2008), S. 3-9.
- Stöber, Rudolf: Kommunikations- und Medienwissenschaft. Eine Einführung. München 2008.
- Strayer, David. L./Watson, James. M.: Supertaskers and the multitasking brain. In: Scientific American Mind, Nr. 23, März 2012, S. 22-29
- Süddeutsche Zeitung vom 04.07.2012:EU-Parlament lehnt ACTA ab. <http://www.sueddeutsche.de/digital/umstrittenes-urheberrechtsabkommen-eu-parlament-lehnt-acta-ab-1.1401319> (Stand: 09.07.2012).
- Süddeutsche Zeitung vom 31.05.2010: Bundespräsident Köhler erklärt Rücktritt. <http://www.sueddeutsche.de/politik/berlin-bundespraesident-koehler-erklaert-ruecktritt-1.952271> (Stand: 09.07.2012).
- Sunstein, Cass: Republic.com. Princeton 2001.
- Szabo, Kristina/Bäzner, Hansjörg: Auszeit für das Gedächtnis. Was uns neurologische Strukturen über die Arbeitsweise des Gehirns verraten. <http://www.uni-heidelberg.de/presse/ruca/ruca07-3/aus.html> (Stand: 03.06.2012).
- The New York Times: <http://www.nytimes.com/2011/09/11/business/computer-generated-articles-are-gaining-traction.html?pagewanted=all> (Stand: 22.02.2012)
- Theunert, Helga: Sozialisation. In: Schorb, Bernd/Anfang, Günther/ Demmler, Kathrin (Hrsg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. Praxis. München 2009, S. 262-264.
- Thiedeke, Udo: Wir Kosmopoliten. Einführung in eine Soziologie des Cyberspace. In: Ders. (Hrsg.): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden 2004.
- Thomaß, Barbara: Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz 2007.
- Tönnies, Ferdinand: Gemeinschaft und Gesellschaft. Darmstadt 1991

- Turing, Alan M.: On Computable Numbers, with an Application to the Entscheidungsproblem. In: Proceedings of the London Mathematical Society 2, Band 42. London 1937.
- Turkle, Sherry: *Leben im Netz*. Reinbeck bei Hamburg 1998.
- Turkle, Sherry: *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Dt. *Leben im Netz: Identität in Zeiten des Internets*. Reinbek bei Hamburg 1998.
- United Nations: Press Conference on 2009 Revision of World Urbanization Prospects. http://www.un.org/News/briefings/docs/2010/100325_DESA.doc.htm (Stand 25.03.2012).
- Van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. In: *Media Perspektiven*, Heft 7 (8/2012), S. 362-379, hier S. 18. http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf (Stand: 04.09.2012).
- Varian, Hal R.: *Grundzüge der Mikroökonomie*. München, Wien 1995.
- Virilio, Paul: *Esthétique de la disparition. Die Ästhetik des Verschwindens*. Berlin 1986.
- Virilio, Paul: *La guerre pur. Der reine Krieg*. Berlin 1984.
- Virilio, Paul: *La Machine de vision. Die Sehmaschine*. Berlin 1989.
- Virilio, Paul: *La vitesse de libération: essai. Fluchtgeschwindigkeit*. München/Wien 1996.
- Virilio, Paul: *L'Inertie polaire: essai. Rasender Stillstand*. München/Wien 1992.
- Virilio, Paul: *Vitesse et politique. Geschwindigkeit und Politik: ein Essay zur Dromologie*. Berlin 1980.
- Vogel, Matthias: *Medien der Vernunft. Eine Theorie des Geistes und der Rationalität auf Grundlage einer Theorie der Medien*. Frankfurt a. M. 2001 (=stw 1556).
- Vowe, Gerhard: *Mediatisierung der Politik? Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand*. In: *Publizistik*, 4, 51 (2006), S. 437-455.
- Wallerstein, Immanuel: *Klassenanalyse und Weltsystemanalyse. Soziale Ungleichheiten, Soziale Welt. Sonderband 2*. 1983.
- Wart, Stefan/Schneider, Silke/Schmeißer, Daniel: *User-Experience von Kindern im Internet. Zur Rolle des Internets bei den „Digital Natives“*. In: *Media Perspektiven* 1/2010.
- Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D.: *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. 10. unveränderte Aufl., Bern u. a. 2000.
- Weber, Max: *Die drei reinen Typen der legitimen Herrschaft*. In: Winckelmann, Johannes (Hrsg.): *Max Weber - Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen 1988, S. 475-488.
- Weber, Max: *Wirtschaft und Gesellschaft*. 5. Aufl., Tübingen 1972
- Weber, Stefan (Hrsg.): *Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*. Konstanz 2003.

- Weidenmann, Bernd: Multicodierung und Multimodalität im Lernprozess. In: Issing, Ludwig J./Klimsa, Paul (Hrsg.): Information und Lernen mit Multimedia und Internet. Lehrbuch für Studium und Praxis. 3. vollst. überarb. Aufl. Weinheim 2002, S. 45-62.
- Weiß, Hans-Jürgen: Kommunikationswissenschaft als Beruf. Abschiedsvorlesung. Freie Universität Berlin 26. Juni. Berlin 2009.
- Weizenbaum, Joseph: Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft. Frankfurt a. M. 1978.
- Wellman, Barry/ Quan-Haase, Anabel/ Boase, Jeffrey/ Chen, Wenhong/ Hampton, Keith/ Isla de Diaz, Isabel et al.: The social affordances of the Internet for networked individualism. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 8 (3) 2003. Online verfügbar unter <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/wellman.html> (Stand: 17.06.2012)
- Welsch, Wolfgang: Ästhetisierungsprozesse. In: ders. (Hrsg.): Die Aktualität des Ästhetischen. München 1993.
- Welzer, Harald: Das kommunikative Gedächtnis: Eine Theorie der Erinnerung. München 2002.
- Wende, Waltraut: Kultur – Medien – Literatur: Literaturwissenschaft als Medienkulturwissenschaft. Würzburg 2004.
- Wilke, Helmut: Strategien der Intervention in autonome Systeme. In: Baecker, Dirk (Hrsg.): Theorie als Passion, Frankfurt a. M. 1987.
- Wilke, Helmut: Systemtheorie. Eine Einführung in die Grundprobleme der Theorie sozialer Systeme. 4. überarb. Aufl. Stuttgart 1993.
- Wingert, Bernd: Die neue Lust am Lesen? Erfahrungen und Überlegungen zur Lesbarkeit von Hypertexten. In: Bollmann, Stefan (Hrsg.): Kursbuch neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Mannheim 1995.
- Winkel, Olaf: Die Kontroverse um die demokratischen Potentiale der interaktiven Informationstechnologien – Positionen und Perspektiven. In: Publizistik, 2. 2001, S. 140-161.
- Witschge, Tamara: Online Deliberation: Possibilities of the Internet for Deliberative Democracy. In: Shane, Peter M. (Hrsg.): Democracy Online. New York 2004, S. 109-122.
- Wolf, Singer: Ein neues Menschenbild? Gespräche über Hirnforschung. Frankfurt am Main 2003.
- Zeit Online: Verfassungsgerichtspräsident warnt vor Facebook, (afp) vom 06.11.2011 - 12:28 Uhr. <http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2011-11/verfassungsgericht-facebook> (Stand: 05.02.2012).