

Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien

Sutter, Tilmann

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Sutter, T. (2006). Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 1873-1881). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-144175>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Vergesellschaftung durch Medienkommunikation in Prozessen der Inklusion durch Medien¹

Tilman Sutter

Einleitung

Üblicherweise wird der Begriff der Vergesellschaftung mit den Namen von drei Klassikern der Soziologie verbunden: Marx, Weber und Simmel. In jüngerer Zeit hatte der Begriff der Vergesellschaftung vor allem in der erneuerten Kritischen Theorie mit und um Jürgen Habermas einen zentralen Stellenwert. Spezifisch bei Habermas erscheint die enge Verbindung des Begriffs der Vergesellschaftung mit dem Begriff der Individuierung, die sich wiederum vor allem auf die Sozialtheorie George Herbert Meads stützt: Die grundlegende Idee ist dabei, dass Subjekte zwar in eine Gesellschaft hineingeboren werden, in diese Gesellschaft aber im Prozess der Sozialisation erst hineinwachsen müssen. Dieses Hineinwachsen wiederum ist eine aktive Konstruktionsleistung der Subjekte. In dieser Weise wird Sozialisation als *Verklammerung von Vergesellschaftungs- und Individuierungsprozessen* beschrieben, also als ein doppelter Konstruktionsprozess: Subjekte müssen einerseits in verschiedene Sozialräume (also Familie, Gruppen, Institutionen, Gesellschaft) hineinwachsen und andererseits eine Ich-Identität ausbilden, die eine schrittweise Distanzierung dieser Sozialräume erfordert. Zweifellos hat Habermas mit dem Begriff der Vergesellschaftung vor allem *subjektive* Entwicklungs- und Lernprozesse im Auge, das heißt die subjektive Aneignung der gegebenen Sozialwelt im Prozess der Identitätsbildung: »Die Identität wird durch Vergesellschaftung erzeugt, das heißt dadurch, dass sich der Heranwachsende über die Aneignung symbolischer Allgemeinheiten in ein bestimmtes soziales System erst einmal integriert, während sie später durch Individuierung, das heißt gerade durch eine wachsende Unabhängigkeit gegenüber sozialen Systemen gesichert und entfaltet wird.« (Habermas 1976: 68) Ein anderer Fokus in dieser Theorietradition wird zum Beispiel bei Klaus Eder (1988) sichtbar, der mit dem Begriff der Vergesellschaftung mehr *gesellschaftliche* Aneignungsprozesse im Auge hat, etwa wenn er die Vergesellschaftung der Natur beschreibt: Hierbei handelt es sich um Formen der gesellschaftlichen Aneignung der Natur.

¹ Eine erweiterte Version dieses Artikels erscheint in Sutter (2005).

Wie immer man nun das Verhältnis von Vergesellschaftung und Individuierung im einzelnen ansetzt, also eher von der gesellschaftlichen Ordnung oder von der Subjektbildung ausgehend, entscheidend ist die Annahme einer engen Verklammerung von Vergesellschaftung und Individuierung. Diese Annahme steht im Bezugsrahmen einer Theorie der *Vermittlung* von Individuum und Gesellschaft. Diese breit konsentrierte Grundlage des Verhältnisses von Subjekten und Sozialwelt wird indes von der soziologischen Systemtheorie herausgefordert, die nicht von einer Vermittlung, sondern von einer grundlegenden *Differenz* zwischen subjektiven und sozialen Prozessen ausgeht. In diesen kurz skizzierten Rahmen wird im Folgenden die Thematik der Vergesellschaftung durch Medienkommunikation eingespannt: Wenn Vergesellschaftungsprozesse stark von neuen Kommunikationstechnologien abhängen, so ist zu fragen, wie diese Zusammenhänge angemessen zu erfassen sind. Mit dem Begriff der Vergesellschaftung kann man unterschiedliche Vorstellungen des Verhältnisses von Individuen und Gesellschaft und damit von Mediennutzern und neuen Medien entwickeln. So wie in der allgemeinen Soziologie soziozentrierte und subjektivistische Theorien vielfach kritisiert und überwunden wurden, haben medien- und kommunikationswissenschaftliche Ansätze allmählich die unfruchtbare Alternative von medien- versus rezipientenzentrierten Perspektiven hinter sich gelassen (vgl. Sutter 2001).

Will man auf diesem Problemniveau neuen Vergesellschaftungsformen im Bereich der Medienkommunikation nachgehen, müssen demnach beide Seiten angemessen berücksichtigt werden: die Seite neuer Kommunikationsformen selbst und die Seite neuer subjektiver Nutzungs- und Umgangsformen mit diesen Kommunikationsformen. Im Folgenden will ich einen medienanalytischen Bezugsrahmen erläutern, in dem das Verhältnis von Individuen und Gesellschaft in medial bedingten Vergesellschaftungsprozessen als Verhältnis von Inklusion und Sozialisation in der Medienkommunikation reformuliert wird. Diese Reformulierung wird durch ein allgemeines Problem sozialwissenschaftlicher Medientheorien motiviert, die nur unzureichend mediale Kommunikationsformen und subjektive Umgangsweisen mit Medien auseinanderhalten. In meinem ersten Schritt wird dieses Problem sowohl im Bereich der Massenmedien als auch neuer Medien kurz erläutert (1).

Die zentrale These meines zweiten Schritts lautet, dass mit dem systemtheoretischen Modell struktureller Kopplungen besser als bisher unterschieden werden kann, wie Subjekte mit Medien umgehen (das ist die Mediensozialisation) und wie Medien Subjekte adressieren, einbeziehen und beteiligen (das ist die Inklusion durch Medien). Mit einer Theorie der Inklusion schließe ich an die oben mit Eder genannte Form der Vergesellschaftung als gesellschaftlicher Aneignungsprozess an: Die von Habermas beschriebene Form der Vergesellschaftung als eine Dimension von Sozialisation, in der sich Subjekte Gesellschaft aneignen, dürfte uns allen ohne weiteres einleuchten. Weniger vertraut dürfte der Gedanke sein, dass auch die Ge-

sellschaft sich ihr Personal erst aneignen muss. Diese Form der Vergesellschaftung kann mit Prozessen der Inklusion beschrieben werden. Das gilt auch für die Medienkommunikation, die immer auf Adressaten Bezug nimmt. Dabei zeichnet sie ein bestimmtes Bild von den Adressaten und eignet sich auf diese Weise, also durch Inklusion, ihr Publikum an. Aus dieser Sicht können neue mediale Kommunikationsformen in Begriffen von Inklusion beschrieben werden, ohne dies mit der Frage zu vermischen, wie Subjekte diese neuen Kommunikationsformen nutzen. So wird eine genuin mediensoziologische Analyse von Vergesellschaftungsprozessen im Rahmen neuer Kommunikationsformen möglich. Insbesondere kann eine Analyse der Interaktivität neuer Medien unter dem Aspekt medialer Inklusionsprozesse entwickelt werden: Kann die Interaktivität, welche durch neue Formen der Medienkommunikation möglich wird, als Ausweitung, Intensivierung und Veränderung von Inklusionsmöglichkeiten beschrieben werden? Es geht dabei durchaus wie auch in bereits vorliegenden Analysen um neue Eingriffs- und Partizipationsmöglichkeiten, allerdings nicht nur von den Nutzern, sondern auch den neuen Formen der Medienkommunikation aus gesehen (2).

1 Mediale Kommunikationsformen und subjektive Mediennutzung

Die eingangs angesprochene Perspektive einer Verklammerung von Vergesellschaftungs- und Individuierungsprozessen wird vor allem von der Theorie des symbolischen Interaktionismus deutlich gemacht: Verdienstvollerweise wurden auf dieser Linie im Bereich der sozialwissenschaftlichen Medienforschung medienzentrierte Verkürzungen der Wirkungsforschung kritisiert und notwendige Alternativen entwickelt. Zwar konnte im Bezugsrahmen des Interaktionismus die Rolle aktiver Mediennutzung hervorgehoben werden, zugleich wurde diese Rolle aber, gewissermaßen in Gegenbewegung zum Medienzentrismus, tendenziell überbetont. Im Bereich der Massenkommunikation sollte deutlich werden, dass trotz der *einseitigen*, rückkopplungsarmen Form der Medienkommunikation ein *interaktives Wechselverhältnis* zwischen Medienangeboten bzw. Medienakteuren und Medienrezipienten zu beobachten ist. Mehr und mehr treten nun die vielfachen Rezipientenaktivitäten vor die Einweg-Form der Massenkommunikation. Entsprechend positiv wird auch die Rolle der Massenkommunikation im Prozess der Identitätsbildung gesehen. Die interaktionistische Konzeption des Verhältnisses von Medienangeboten und Medienrezeption weist nun allerdings erhebliche Unschärfen: »Interaktion dient hier als Oberbegriff für Aktivitäten, die sich im Verlauf eines nach wie vor rückkopplungsarmen und daher einseitigen Kommunikationsprozesses auf seiten des Rezipienten infolge der ihm angebotenen Medieninhalte einstellen.« (Jäckel 1995: 468) Dem als

interaktiv aufgefassten Umgang der Rezipienten mit den Medien werden die Formen der Medien subsumiert. Die zuvor dominante Frage nach den Zwängen der Einwegkommunikation kommt unter die Räder einer als »interaktionistisch« etikettierten, tatsächlich aber rezipientenfokussierten Perspektive.

Im Bereich der Massenkommunikation waren und sind aufgrund der Einwegform der Kommunikation seit jeher Zweifel an der Vorstellung angebracht, Vergesellschaftung durch Medienkommunikation vollziehe sich in interaktiven oder quasi interaktiven Prozessen. Genau diese Zweifel könnten nun durch den *Wandel der Form der neuen Medien* zerstreut werden: Die »Interaktivität« dieser neuen Form durchbricht die massenmedial gegebenen Beschränkungen der Rückkopplung zwischen Medien und Nutzern. *Interaktivität* könnte sich also als der neue, nun interaktiv vollziehbare Modus der Vergesellschaftung durch Medienkommunikation erweisen.

Wie schon im Bereich traditioneller Medien stellt sich auch hier die Frage, in welchem Sinne tatsächlich von Interaktion gesprochen werden kann (vgl. Sutter 1999). Zweifellos werden die Beschränkungen der Kommunikation von einem Sender an viele Empfänger durch neue Medien überwunden, die einen wechselseitigen Austausch ermöglichen. Diese neuen Möglichkeiten werden in Abhebung von einseitiger Massenkommunikation durch Merkmale der Interaktivität beschrieben. Die Medien selbst werden nun als interaktiv bezeichnet, womit vielfältige Eingriffs-, Gestaltungs- und Rückmeldemöglichkeiten gemeint sind, welche eine individuelle Nutzung von Medienangeboten ermöglichen. Jenseits der einseitigen Ein-Sender-an-viele-Empfänger-Kommunikation können in der interaktiven Viele-an-Viele-Kommunikation die Sender- und Empfängerrollen ständig gewechselt werden.

Auf der einen Seite werden nun die Unterschiede, auf der anderen Seite die Gemeinsamkeiten zwischen Interaktionen in der Netzkommunikation und Face-to-face-Interaktionen betont. Die Unterschiede liegen im Bereich der Mensch-Maschine-Relation auf der Hand, denn auch wenn die Nutzer ihre Computer quasi als Interaktionspartner wahrnehmen, bleiben PCs doch informationsverarbeitende Maschinen. Im Bereich der Kommunikation mittels Computern ergeben sich die Unterschiede aus dem Umstand, dass die zentrale Bedingung sozialer Interaktionen, nämlich die Anwesenheit der Beteiligten, nicht erfüllt ist. Damit entfallen die auf der Ebene direkter sozialer Interaktionen liegenden wechselseitigen Wahrnehmungs- und Kontrollmöglichkeiten. Im Unterschied zu Face-to-face-Interaktionen erlauben die neuen Kommunikationsmedien, mit anonymen Rollen zu experimentieren, sich zu maskieren und zu inszenieren.

Gegen diese Sichtweise wird eingewandt, sie überzeichne die Differenzen zwischen Netzkommunikation und sozialer Interaktion und übersehe die Gemeinsamkeiten: Dabei wird auf eine Mischung der neuen Form von Medienkommunikation verwiesen, die sich aus der Anonymität der Schriftkommunikation einerseits und

der synchronen Interaktivität und der Präsenz der Kommunikationspartner andererseits zusammensetzt, die für soziale Interaktionen charakteristisch ist. Somit geht es um die Gewichtung der Mischung massenkommunikativer und interaktiver Merkmale der neuen Medien: Am Modell interpersonaler Interaktionen kann ein Kontinuum ausgerichtet werden, das den Grad der Interaktivität von Medien absteckt. Eine die Differenzen zwischen Netzkommunikation und sozialer Interaktion abschwächende Position verweist darauf, dass die Kommunikationen mittels Computern jederzeit in reale Beziehungen überführt werden können.

Diese Debatte leidet daran, dass die Begriffe, mit denen die Möglichkeiten neuer Medien charakterisiert werden, soziologisch bislang unterbestimmt geblieben sind: Neben Interaktivität ist auch von virtuellen Gruppen und Gemeinschaften oder von virtueller Interaktion die Rede, wobei es sich um neue, noch weiter aufzuklärende Begriffe handelt (vgl. Thiedeke 2000). Immerhin scheint das Problem klar zu sein: Interaktive Medien bieten zwar durch neue Kommunikationstechnologien vielfältige Eingriffs- und Rückmeldemöglichkeiten für die beteiligten Kommunikationspartner, wodurch jedoch die medial bedingte Differenz zu Face-to-face-Interaktionen nicht aufgehoben wird, sondern ständig neu bestimmt werden muss. In Bezug auf reale Interaktionen ist zu fragen, mit welchen Merkmalen interaktiver Nahbereiche die neuen Kommunikationsformen beschrieben werden können, ob hier also Begriffe wie Gemeinschaft, Verantwortung und Verbindlichkeit sinnvoll verwendet werden können. Skepsis ist hier angezeigt: Während zum Beispiel der Begriff der »elektronischen Gemeinschaft« interpersonale Nähe und Verbindlichkeiten suggeriert, wird damit lediglich eine Gruppe von Nutzern elektronischer Medien bezeichnet, die gemeinsame Gebrauchsweisen, medienbezogene Regeln und Bedeutungszuschreibungen entwickeln (vgl. Höfllich 1996: 260ff.). Auch vergleichsweise wenig anspruchsvolle Kategorien der Bestimmung sozialer Gruppen wie hinreichende Kommunikationsdichte zwischen den Beteiligten, wechselseitig erkennbare Identität und Beeinflussbarkeit des Verhaltens der Beteiligten können nicht zur Beschreibung internetbasierter Kommunikationsräume verwendet werden (vgl. Stegbauer 2001: 71).

Insgesamt sprechen gute Gründe dafür, das Neue der neuen Kommunikationsformen nicht in anthropomorphen Kategorien interpersonaler Kommunikation zu suchen. Man läuft sonst Gefahr, einen »Mythos »künstliche Kommunikation« (Krämer 1997) im Modell der Face-to-face-Interaktion aufzubauen. Eine von Personen- und Interaktionsbindungen abgekoppelte Analyse scheint hier bessere Möglichkeiten zu bieten. Dies hat schon die Diskussion um die sogenannten parasozialen Interaktionen im Bereich des Fernsehens gezeigt: Mit parasozialen Interaktionen werden vor allem Unterstellungen und Deutungen der Rezipienten beschrieben. In gleicher Weise sind die Semantiken interaktiver Nahbereiche, mit denen neue Kommunikationsformen beschrieben werden, vor allem in der Vorstellungswelt der Nutzer anzusiedeln. Eine andere Frage ist aber, wie die neuen Kommunikations-

formen unabhängig von den Unterstellungen der Nutzer aussehen, das heißt wie sie auf Adressaten zugreifen und Nutzer einbinden und beteiligen.

Eine auf Nutzer und Rezipienten fokussierte Perspektive ist zwar in einer Theorie der Vergesellschaftung als Aspekt von Individuierungsprozessen in der Identitätsbildung durchaus fruchtbar, für sich allein genommen aber undifferenziert und einseitig. Vergesellschaftung im Bezugsrahmen neuer Medien berührt nicht nur die Frage, wie Subjekte mit neuen Medien umgehen und wie sie im Prozess der Sozialisation davon profitieren. Vergesellschaftung vollzieht sich vielmehr in einem doppelten Sinne, als subjektive Aneignung von medialen Kommunikationsmöglichkeiten und als Adressierung und Einbindung von Nutzern und Rezipienten durch die Medien. Mit der Systemtheorie kann man den ersten Aspekt als Mediensozialisation und den zweiten Aspekt als Inklusion durch Medien beschreiben. Im folgenden geht es um diesen zweiten Aspekt: Er dreht sich nicht um Vergesellschaftung als Prozess des Hineinwachsens von Subjekten in die Gesellschaft, sondern um Vergesellschaftung als Prozess der Bezugnahme von Gesellschaft auf Subjekte.

2 Vergesellschaftung durch neue Medien als Inklusionsprozess

Eine Möglichkeit, Formen und Prozesse der Medienkommunikation und der Mediennutzung klar zu differenzieren, bietet das Modell verschiedener Arten struktureller Kopplungen, mit dem die soziologische Systemtheorie Beziehungen zwischen sozialen und psychischen Systemen beschreibt: Relevant sind hier einerseits Prozesse der Mediensozialisation, in denen Subjekte Medienangebote zum Aufbau und Erhalt ihrer Strukturen nutzen. Prozesse der Medienkommunikation werden hier aus der Sicht der psychischen Systeme untersucht. Prozesse der Inklusion werden dagegen aus der Sicht der medial vermittelten Kommunikationen beschrieben: Diese Kommunikationen identifizieren und behandeln psychische Systeme auf vielfältige Weise als Personen, die in passiven Rollen angesprochen oder in aktiven Rollen beteiligt werden (in Telefonaten, Interviews, als Datenbanknutzer, Spiel- und Chatpartner etc.). Inklusion ist ein rein kommunikativer Prozess, der auf Personen Bezug nimmt, ohne diese in irgendeiner Weise (etwa im Sinne von »Sozialintegration«) einzubinden. Genau darin liegt der grundlegende Unterschied einer Theorie medialer Inklusionsprozesse zu den eingangs genannten traditionellen Vergesellschaftungstheorien, die auf eine Vermittlung von Individuen und Gesellschaft bzw. die sozialintegrative Einbindung von Menschen in die Gesellschaft abzielen.

Der subjektfreie Begriff der Inklusion folgt aus der operativen Trennung von sozialen und psychischen Prozessen: Diese fundamental gegebene Trennung macht es notwendig, Medienkommunikation und Mediennutzung als jeweils eigenständige

Prozesse zu untersuchen, die allerdings auf der Ebene der Strukturen stets miteinander gekoppelt sind. Mit Inklusionsverhältnissen werden immer auch Exklusionsverhältnisse etabliert: In Inklusionsprozessen werden Menschen von sozialen Systemen als relevante Personen behandelt, in entsprechenden Exklusionsprozessen bleiben die Menschen davon ausgeschlossen. Die Selbstbeschreibung der funktional ausdifferenzierten Gesellschaft hebt auf Vollinklusion aller ab, was insbesondere im Bereich der Medien deutlich wird: Prinzipiell alle haben Zugang zum System der Medien. Nun werden aber die Inklusionspotenziale sehr unterschiedlich umgesetzt: Inklusion ist deshalb ein gradueller und modaler Begriff. Man kann mehr oder weniger an kommunikativen Prozessen beteiligt sein. Diese Differenzen werden etwa in Form unterschiedlicher Leistungs- und Publikumsrollen fassbar (vgl. Stichweh 1988). So gibt es Personen, die »Voice«-Optionen, also aktive Beteiligungsmöglichkeiten haben wie Rederechte in Anspruch nehmen und verteilen, Themen bestimmen usw. Anderen bleibt nur die »Exit«-Option, also Zuhören oder Abschalten. Die Modi der Inklusion legen sowohl quantitativ als auch qualitativ variabel fest, welche Menschen auf welche Weise kommunikativ als zugehörig oder nicht zugehörig behandelt werden.

Nun kann man die Phänomene, die mit der Entwicklung neuer Medien einhergehen, in Begriffen medialer Inklusionsprozesse beschreiben. Konkret ist hierbei an eine Analyse der »Interaktivität« neuer Medien unter dem Aspekt medialer Inklusionsprozesse zu denken: Es stellt sich die Frage, ob die Interaktivität, welche durch die neue Form der Medienkommunikation möglich wird, als Ausweitung, Intensivierung und Veränderung von Inklusionsmöglichkeiten beschrieben werden kann. Dafür sprechen allgemeine, grundlegende Überlegungen: Die Massenkommunikation zeichnet sich durch wenige aktive Leistungsrollen im Verhältnis zu vielen passiven Publikumsrollen aus. Gerade darin liegt ja die fundamentale Problematik des massenmedialen Inklusionsmodus. Insbesondere das Fernsehen versucht, diesem Problem mit Strategien intensivierter Inklusionen beizukommen: Die Zunahme verschiedenster Formen der Publikumsbeteiligung, von der Telefon-Umfrage über Gewinnspiele, Telefonate, Talkshows, Castings usw. ist unübersehbar. Mit Macht soll die in Massenkommunikation strukturell eingebaute Passivität des Publikums überdeckt werden, was wiederum die Attraktivität der Medienangebote absichern soll. Trotz aller Bemühungen überwinden aber erst interaktive neue Medien diese Strukturproblematik: Systematisch verschieben sie den Schwerpunkt von passiven Beobachtungsrollen hin zu aktiven Beteiligungsrollen. *Das unterscheidet die Netz- von der Einwegkommunikation, und genau in dieser Richtung liegt der Wandel von Vergesellschaftungsformen durch neue Formen der Medienkommunikation.* Aus Sicht einer Theorie medialer Inklusionsprozesse geht es dabei durchaus um neue Eingriffs- und Partizipationsmöglichkeiten, allerdings nicht von den Nutzern, sondern den neuen Form der Medienkommunikation aus gesehen: Was, so wäre zu fragen, bedeuten aus dieser

Sicht Konzepte der virtuellen Interaktion, der virtuellen Gruppe und Gemeinschaft, der gleichberechtigten Kommunikation aller mit allen? Der Vorteil dieser kommunikationssoziologischen Sicht liegt darin, diese Konzepte zunächst unabhängig von den Vorstellungen und Erwartungen der Nutzer neuer Medien kritisch überprüfen zu können. So können massenmediale Inklusionsprozesse in der Form der Einwegkommunikation durch Rollenasymmetrien zwischen Zentrum und Peripherie charakterisiert werden, eben ein Sender an viele Adressaten. Dagegen wird mit der Netzkommunikation ein Inklusionsmodus etabliert, der auf Rollensymmetrien abhebt und neue Eingriffs- und Beteiligungsmöglichkeiten bietet.

Dieser Wandel des Inklusionsmodus kann in das Verhältnis von Generalisierung und Personalisierung der Medienkommunikation eingespannt werden. Mit Generalisierung und Personalisierung der Medienkommunikation können Massenmedien und neue Medien unterschieden werden, ohne vorschnell interaktionstheoretische Begrifflichkeiten einzuschmuggeln (vgl. Esposito 2001). Die hauptsächliche Funktion der traditionellen Massenmedien besteht in der Generalisierung der Kommunikation: Auch unter Bedingungen hoher Komplexität der modernen Gesellschaft können Kommunikationen gesellschaftsweit verbreitet werden, das heißt alle Gesellschaftsmitglieder haben Zugang zu den gleichen Medienangeboten bzw. Texten. Dagegen durchbricht die Netzkommunikation diese Generalisierung, an die Stelle der generalisierten treten die individuellen, veränderbaren Texte. Man kann hier von einer Personalisierung im Sinne der individuellen Verfügbarkeit der Kommunikation sprechen, von einer Personalisierung indessen, die nicht mehr Merkmal der traditionellen Massenmedien ist, also der individuelle Umgang mit einem für alle gleichen Medienangebot bzw. Text. Indem Personalisierung nicht einseitig auf die Aktivitäten der Mediennutzer bezogen ist, wird sie als Merkmal neuer Medien inklusionstheoretisch handhabbar. Personalisierung wird zum Merkmal der Interaktivität neuer Kommunikationsformen, die nicht nur eine individuelle Gestaltbarkeit der Texte, sondern auch eine individuelle Adressierung von Personen durch die Medienkommunikation erlauben

Die Merkmale neuer Kommunikationsmedien machen gesteigerte und intensivierte Inklusionsmöglichkeiten deutlich, die beschrieben werden können, ohne dass hierbei gleich mit Begriffen interaktiver Nahbereiche operiert werden müsste. Diese greifen eher im Bereich der Interpretationen und Erwartungen der Mediennutzer, also der Sozialisation durch neue Medien. Im Rahmen der vorgeschlagenen Perspektive untersucht man also die Frage des Wandels von Vergesellschaftungsformen durch neue Medien zunächst getrennt auf der Seite der medialen Inklusionsprozesse und der Seite der Mediennutzung, um dann die gefundenen Inklusions- und Nutzungs- bzw. Rezeptionsmuster miteinander zu vergleichen. Auf diese Weise kann, das zumindest ist die Hoffnung, der Status bislang ungeklärter, mit Begriffen

interaktiver Nahbereiche arbeitender Deutungen neuer medialer Kommunikationsformen besser als bislang analysiert werden.

Literatur

- Eder, Klaus (1988), *Die Vergesellschaftung der Natur. Studien zur sozialen Evolution der Vernunft*, Frankfurt a.M.
- Esposito, Elena (2001), »Voraussetzungen und Verdienste der anonymen Kommunikation«, in: Sutter, Tilmann/Charlton, Michael (Hg.), *Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln*, Wiesbaden, S. 69–83.
- Habermas, Jürgen (1976), *Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus*, Frankfurt a.M.
- Höflich, Joachim R. (1996), *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution »elektronischer Gemeinschaften«*, Opladen.
- Jäckel, Michael (1995), »Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff«, *Rundfunk und Fernsehen*, Jg. 43, H. 4, S. 463–476.
- Krämer, Sybille (1997), »Vom Mythos »Künstliche Intelligenz« zum Mythos »Künstliche Kommunikation« oder: Ist eine nicht-anthropomorphe Beschreibung von Internet-Interaktionen möglich?«, in: Münker, Stefan/Roesler, Alexander (Hg.), *Mythos Internet*, Frankfurt a.M., S. 83–107.
- Stegbauer, Christian (2001), *Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsformen*, Wiesbaden.
- Stichweh, Rudolf (1988), »Inklusion in Funktionssystemen der modernen Gesellschaft«, in: Mayntz, Renate u.a. (Hg.), *Differenzierung und Verselbständigung – zur Entwicklung gesellschaftlicher Teilsysteme*, Frankfurt a.M., S. 261–293.
- Sutter, Tilmann (1999), »Medienkommunikation als Interaktion? Über den Aufklärungsbedarf eines spannungsreichen Problemfeldes«, *Publizistik*, Jg. 44, H. 3, S. 288–300.
- Sutter, Tilmann (2001), »Sinnstrukturen der Medienkommunikation«, in: Sutter, Tilmann/Charlton, Michael (Hg.), *Massenkommunikation, Interaktion und soziales Handeln*, Opladen/Wiesbaden, S. 21–45.
- Sutter, Tilmann (2005), »Vergesellschaftung durch Medienkommunikation als Inklusionsprozess«, in: Jäckel, Michael/Mai', Manfred (Hg.), *Online-Vergesellschaftung? Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien*, Wiesbaden, S. 13–32.
- Thiedeke, Udo (Hg.) (2000), *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. Opladen/Wiesbaden.