

Was ändert sich durch Medienwandel - und was nicht? Zur Modernisierung moderner Medienkommunikation

Koenen, Elmar J.

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Koenen, E. J. (1997). Was ändert sich durch Medienwandel - und was nicht? Zur Modernisierung moderner Medienkommunikation. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Differenz und Integration: die Zukunft moderner Gesellschaften ; Verhandlungen des 28. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie im Oktober 1996 in Dresden ; Band 2: Sektionen, Arbeitsgruppen, Foren, Fedor-Stepun-Tagung* (S. 244-248). Opladen: Westdt. Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-139118>

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.

- Laurel, Brenda 1991: *Computers as Theatre*, Reading/Mass.: Addison-Wesley.
- Ledgerwood, Mikle David 1995: »Hypertextuality and Multimedia Literature«, Ms. New York.
- Nelson, Theodor Holm 1967: »Getting it Out of Our System«, in: Schecter, George ed. 1967: *Information Retrieval. A Critical View*, Washington/London: Thompson/Academic Press, 191-210.
- Nelson, Theodor Holm 1987: *Literary Machines*, Vers. 87.1, Swathmore/BA: Selbstverlag.
- Nielsen, Jakob ed. 1990: *Designing Interfaces for International Use*, Amsterdam: Elsevier.
- Nielsen, Jakob 1990: *Hypertext and Hypermedia*, Boston: Academic Press.
- Rieger, Burghard 1994: »Wissensrepräsentation als Hypertext. Beispiel und Problematik einer Verstehenstechnologie«, in: Ludwig Jäger & Bernd Switalla eds. 1994: *Germanistik in der Mediengesellschaft*, München: 373-404.
- Slatin, John M. 1988: »Hypertext and the Teaching of Writing«, in: Edward Barrett ed. 1988: *Text, ConText, and Hypertext. Writing with and for the Computer*, Cambridge/Mass.: MIT, 111-129.
- Slatin, John M. 1991: »Reading Hypertext: Order and Coherence in a New Medium«, in: Delany & Landow eds. 1991: 153-170.

Prof. Dr.Dr. Ernest W.B. Hess-Lüttich, Universität Bern, Institut für Germanistik, Länggassstr. 49, CH-3000 Bern 9

5. Was ändert sich durch Medienwandel – und was nicht? Zur Modernisierung moderner Medienkommunikation

Elmar J. Koenen

I.

Fasziniert von den jeweils neuesten Medien, »vergessen« wir leicht, wie lange wir schon eine (teilweise globalisierte) Mediengesellschaft sind. Allein die modernen elektr(on)isch gestützten Kommunikationsmedien (Telegrafie, Hörfunk, Film, TV, Telefon) rücken schon seit Ende des vorigen Jahrhunderts in zentrale gesellschaftliche Funktionen (Information, Interaktion mit Nicht-Anwesenden, Koordination von Handlungen, Aufbau langer Handlungsketten, und natürlich: strategische Auseinandersetzungen zwischen Staaten und Nationen, also Spionage, Kriege etc.). Meist behandeln wir solche Technologien inzwischen als alltagsweltlich integrierte Prothesen, die uns durch ihre Bewährtheit und Gewöhnung zur »zweiten Natur« geworden sind. Liest man dagegen neuere und neueste Texte zum Thema »Medien«, entsteht oft der Eindruck, als hätten die Gesellschaftsmitglieder bis dato v.a. *unmittelbar* kommuniziert, als verlören sie jetzt erstmals ihre »kommunikative Unschuld«. Dabei liegt der entsprechende, sozialtheoretisch entscheidende Übergang für den mitteleuropäischen Raum bereits im frühen Mittelalter. Seit dieser Zeit wird sichtbar und bewußt, daß sich gesellschaftliche Reproduktion, Kommunikation und Verkehr durch soziale Interaktion, d.h. durch unmittelbare Kontakte zwischen den einzelnen Individuen *allein* nicht (mehr) aufrechterhalten lassen. Den medialen Praktiken der »Gutenberg-Galaxis« (McLuhan) und den damit entstehenden *neuen Öffentlichkeiten* gilt seitdem alle Aufmerksamkeit. Erst eine stabile Rekonstruktion jener bereits lange gesellschaftlich insti-

tionalisierten Kommunikationsmedien bietet eine realistische Chance, die Spezifika der neuen und neuesten Medien zu unterscheiden und beschreibbar zu machen.

Dieses Desiderat ist früh gesehen worden und hat längst zu differenzierten und ausführlichen Forschungen geführt (vgl. z.B.: H.-U. Gumbrecht und K.L. Pfeiffer, (Hg.), 1988; K.Krippendorf 1994, A.Assmann/J.Assmann 1994, K.Merten, M.Elsner et al. 1994).

II.

Die Fülle der inzwischen erarbeiteten materialen Analysen macht theoretische Unterscheidungen notwendig, die erlauben, unterschiedliche Stufen der Medialisierung auseinanderzuhalten. Es geht dabei um genuin gesellschaftstheoretische Kategorien, die ohne Anleihen an endogen konzipierte Technikgenesen, Fortschrittsunterstellungen oder teleologische Annahmen auskommen. Als mögliche Annäherung bietet sich z.B. die Unterscheidung zweier Modernen an, wie sie Ulrich Beck entwickelt hat.

Der *ersten*, klassischen Moderne wären dann z.B. folgende Vorstellungen von Zielen und Mitteln medialer Kommunikation zuzuordnen: Eindeutigkeit von Bedeutungen, Stabilität von Unterscheidungen, Klarheit des Ausdrucks, Übersichtlichkeit der Darstellungen, Transparenz der Strukturen, Universalität des Verstehens und der Geltungen, Übertragbarkeit identischer Bedeutungen/Symbole im Raum, Konvertibilität identischer Bedeutungen/Symbole in andere Sprachen, reziproke Intersubjektivität, perfektibile Verständigung, Einheit und Objektivität einer homogenen Wirklichkeit, etc.

In der ersten Moderne präsentieren deren Medien zunächst die empirische Vielfalt und ihre enzyklopädische Breite, die plurale Gleichzeitigkeit der unterschiedlichen Wirklichkeiten, als *scheinbar* einfache Positivitäten (im Sinn von unmittelbarer Referenz). Öffentlich sichtbar und allgemein wahrnehmbar werden gegebene Wirklichkeiten in ihrer Quasi-Natürlichkeit. Noch das frühe Fernsehen versprach in seiner Werbung, die bunte Vielfalt der weiten Welt – zunächst schwarz-weiß – ins Wohnzimmer zu holen.

Die Spezifik dieses Typus kommunikativer Rationalität war früher als solche nur ›von außen‹ sichtbar; in den Sphären seiner Geltung ist jener erste Typus moderner Kommunikation so selbstverständlich gewesen, erschien er so fraglos natürlich, daß Alternativen dazu nicht einmal gedacht wurden.

Die Verwandlung in die *zweite*, reflexive Moderne ist von der gesellschaftlichen Durchsetzung dreier wesentlicher Optionen der ersten Moderne ausgelöst. Die empirische Verallgemeinerung der Formen der ersten Moderne, die Universalisierung ihrer Prinzipien und ihre öffentliche Dauerbeobachtung und -reflexion hat diese erste Moderne in die zweite verwandelt. Hier entstehen und wachsen Erfahrungen und Bewußtsein von Kontingenz als Reaktionen auf die Paradoxien und Schwächen der behaupteten Klarheit der früheren symbolischen Ordnungen. Damit verbreitet und radikalisiert sich das Wissen um die – auch anders mögliche – gesellschaftliche Selbsterstellung, Selbstwahrnehmung und Selbstbeschreibung. Normalitäts-, Kontinuitäts-, Traditions- und Angemessenheitskonstrukte werden *als solche* zunehmend bewußt. Alle Beobachtung muß jetzt ohne die Fiktion einer unabhängigen, gleichsam externen Überprüfbarkeit auskommen.

Für die mediale Massenkommunikation in der zweiten, reflexiven Moderne bedeutet das eine Beschleunigung und Verdichtung aller Wahrnehmungen, die Dauerbeobachtung einer zunehmenden Zahl von Realitätsbereichen, die Annäherung an real-time-Wahrnehmungen und die Gleichzeitigkeit und -gültigkeit pluraler und konkurrierender Perspektiven.

Computerisierte Texte, digitalisierte Bilder und synthetische Klänge symbolisieren ihre Referenzobjekte nun als kalkulierte Konstrukte, Inszenierungen, Interpretationen, Variationen und Inventionen. Mit ihrer bewußten Verletzung der mimetischen Normen, die früher den explizit ästhetischen Darstellungen vorbehalten war, halten neue Medien den Illusionscharakter der Illusion bewußt. Ihr Reiz besteht deshalb nicht zuletzt in einer eindrucksvollen Illusionierung, die durch ihre gleichzeitige und andauernde Desillusionierung gerade *nicht* aufgehoben oder absorbiert wird. (Das erinnert an die Brechtsche Verfremdungstechnik). So kann man sich z.B. gelungene Video-Clips unter dem Aspekt der gegenseitigen Steigerung von Illusionierung und Desillusionierung ansehen.

Das führt gleichsam zu ständigen Über- und Mehrfachbelichtungen sowie kaleidoskopartigen Bildfolgen und gleichsam unscharfen Bildern. Nicht trotz, sondern nur durch diese multiperspektivische Inszenierung und ihre gleißende öffentliche Ausleuchtung bekommen die Kommunikationsanlässe ihre reflexiv moderne Bedeutung und auslegungsbedürftige Verständlichkeit. Helmut Willke (1997) faßt vergleichbare Phänomene unter dem Begriff des »Supervisions-Regimes« zusammen.

III.

Jenseits aller Voreingenommenheit dieser Darstellung für die Kontinuitätsperspektive (die eine kategoriale Unterscheidung »alter Medien« natürlich problematisch macht) erscheint die Medienentwicklung im Rückblick als stufenweise Aufschichtung von Techniken und Praktiken, als vielschichtige Überlagerungen von Verbreitungsschüben. Medieninnovationen fügen sich oft eher ungeplant und unter technischen Modifikationen in funktionale Zusammenhänge der Gesellschaften (FAX, Internet, Radio). Ihre gewachsene Vielfalt und Gleichzeitigkeit führt eher selten zu zerstörerischer Dauerkonkurrenz und effektiver Verdrängung. Längerfristig sind eher wechselseitige Steigerungen, funktionale Kopplungen und vielfältige Kombinationen zu beobachten. So hat z.B. das Fernsehen tiefgreifende Strukturveränderungen des Kinofilms katalysiert, aber es hat ihn keineswegs verdrängt. Während sich das Internet ausbreitet, erlebt der Buchverkauf neue Wachstumsschübe. - Nach den Ankündigungen einer textvernichtenden Vorherrschaft der Bilder erzeugt das Internet selbst unfreiwillig eine partielle Rückkehr der Schrift. - Und gleichzeitig entstehen in den Fax- und e-mail-Praktiken Ansätze zu einer nachpostalischen Briefkultur.

Hier wird deutlich, was der Medienwandel in der Gesellschaft vor allem verändert: vor allem anderen verändert er die bereits verbreiteten Medien und damit die medialen Verhältnisse einer Gesellschaft.

IV.

Eine solche Argumentation trennt natürlich immer noch kategorial zwischen »Gesellschaft« und ihren »Medien«, unterstellt ihnen ein äußeres, instrumentelles, funktionalistisch rekonstruierbares Verhältnis. Inzwischen haben die Verbreitung und der Funktionswandel der

neueren Medien dazu geführt, daß Gesellschaften dazu übergegangen sind, sich mehr und mehr als Kommunikations-, Informations- und Mediengesellschaften zu verstehen (statt z.B. als Arbeits- oder Dienstleistungsgesellschaft). Das war trotz der hohen Bedeutung kommunikativer Medien den Gesellschaften bis weit in dieses Jahrhundert hinein nicht möglich. Zumindest fehlt bis dahin die entsprechende Semantik. Dieser Wende entspricht, daß es zumindest in den Sozialwissenschaften üblich geworden ist, den Kommunikationsbegriff gesellschaftstheoretisch sehr tief anzusetzen. Damit *ist* die Entwicklung der Gesellschaften unmittelbar auch die ständige Hervorbringung ihrer neuen Medien. Eine solche Sicht hat zumindest für neuzeitliche Bedingungen eine gewisse Plausibilität. Alle Strukturprobleme, die in der frühen Entwicklung politisch zentralisierter, ökonomisch organisierter und kulturell integrierter Gesellschaften auftreten, werden zu Dauerthemen der öffentlichen Kommunikation. Ohne ausdifferenzierte Medienverhältnisse läßt sich die materielle und kulturelle Reproduktion von Großgesellschaften offenbar gar nicht mehr organisieren. Deren ›Qualität‹ ist unmittelbar abhängig von ihrer medialen Verfassung, die damit zu einer ihrer zentralen Konstitutionsebenen geworden ist.

Der mediale Fortschritt, so kann man zunächst zusammenfassen, überwindet nichts und löst keine Probleme, auch nicht seine eigenen; er wälzt zunächst nur die ›kommunikativen Verhältnisse‹ um: Das heißt z.B., daß er ähnliche Massen von Kommunikationen, Privaträume und Öffentlichkeiten vernichtet, wie er neue schafft und An- und Abwesenheiten entwertet oder prämiert. Aber diese mediale Umwälzung geschieht, wie gesagt, nicht an der Oberfläche der Gesellschaft, sondern ist selbst unmittelbar das Medium ihrer Entwicklung. Die Beobachtung, daß sich die Mediengesellschaft v.a. im Medium ihres Medienwandels verändert, hat freilich ihren Preis. Sie kann nicht länger zwischen den Medien und ihrer Gesellschaft unterscheiden.

Unter der entscheidenden Bedingung, daß die gegenwärtige gesellschaftliche Wirklichkeit in den Bezeichnungen Kommunikations-, Informations- und Mediengesellschaft ihre angemessenen Begriffe gefunden hat, wird die Behauptung, daß der Medienwandel die Mediengesellschaft insgesamt verändert, zur blanken Tautologie.

Eine Gesellschaft, die den Wasserkopf ihres Überbaus zu ihrer Basis gemacht hat, die das Kunststück fertigbringt, ›mit den Füßen zu denken‹, (was Merleau-Ponty noch für unmöglich hielt) hat früher eine materialistisch orientierte Kritik herausgefordert. Sie hätte einen solchen Kopfstand als Verkehrung gebrandmarkt. Der Idealismus einer solchen ›Überbaugesellschaft‹ ist inzwischen praktisch geworden und seine Wirklichkeit bietet der klassischen Ideologiekritik keine offenen Flanken mehr.

Heute geht es darum, zu verstehen, welche – nicht zuletzt medialen – Veränderungen jene früheren Gewißheiten über die Ordnung der Unter- und Überbauten unterminiert haben, und zu erkunden, wie wir zu neuen, angemesseneren Gewißheiten kommen können.

Wenn nicht alle Gegenstände im Rausch des Medienwandels ununterscheidbar werden sollen, wenn die Unterscheidung der Medien noch eine bestimmbare Bedeutung behalten soll, und wenn die Gesellschaft nicht in ihrem Medienwandel verschwinden soll, dann muß auch eine Antwort auf die Umkehrung der Ausgangsfrage möglich bleiben: Was verändert sich eigentlich durch Medienwandel *nicht*?

Denkt man etwas über diese Frage nach, stößt man sehr bald auf die Bereiche, in denen jene Kandidaten zu suchen wären, die wenigstens eine *relative* Chancen haben, den medialen Weichspülungen zu entgehen. Es sind vermutlich: zum einen die ›Schwerkraft‹ einiger Naturgegebenheiten (und dies trotz der Arbeiten von Donna Haraway); weiterhin die Zähigkeit einiger Anthropologika (trotz der Arbeiten von Bruno Latour); darüber hinaus der ›iron cage‹ neuzeitlicher Erkenntnisgrenzen (trotz der Befreiungsversuche von Paul Feyerabend) und schließlich die Unverzichtbarkeit einiger *Minima Moralia*.

Literatur

Gumbrecht, H.-U. und K.L. Pfeiffer, (Hg.) 1988, *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt/M.
 K.Krippendorf, A.Assmann/J.Assmann, K.Merten, M.Elsner et al., sämtlich in: Merten, Klaus, Siegfried J.Schmidt, Siegfried Weischenberg (Hg.) 1994, *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen.
 Willke, Helmut 1997, *Supervision des Staates*. Frankfurt a.M.

Dr. Elmar Koenen, Ludwig-Maximilians-Universität, Institut für Soziologie, Konradstr. 6, D-80801 München

6. Der Kampf um Inszenierungsdominanz. Gerhard Schröder im ARD-Politmagazin ZAK

Ronald Kurt

Die öffentliche Wahrnehmung des Politischen wird in zunehmendem Maße von Kameras und Mikrofonen bestimmt. Durch die Fokussierung der Politik auf ihre mediale Präsentation geraten insbesondere die politischen Akteure in erhebliche Handlungszwänge. In vormodernen Zeiten war die Vermittlung von Politik unmittelbar. Der Politiker sprach zu einem anwesenden Publikum, das ihn (größtenteils) nur aus der Ferne beobachten konnte. Für den Politiker, der heutigentags in bestimmten Fernsehsendungen Journalisten Rede und Antwort steht, haben sich die Verhältnisse umgekehrt: Das Publikum ist abwesend und durch die technische Apparatur zugleich in der Nähe des Handelnden, das heißt es kann dem Politiker mit Hilfe des Kamerablicks buchstäblich auf die Finger schauen. Dem politischen Akteur entsteht hierdurch eine neue Problemlage, denn er muß auf mehreren Ebenen gleichzeitig agieren: Mit den Journalisten steht er in einer unmittelbaren face-to-face-Kommunikation. Und gleichzeitig hat er auch die face-to-technic-Relation zu managen – insbesondere den Blick in die Kameras. Im selben Moment befindet sich das Publikum – zumindest bei zuschauerlosen Livesendungen – in mittelbarer Reichweite (Schütz / Luckmann 1979/1984), nämlich vor dem Fernseher. In diesem anspruchsvollen Handlungsrahmen muß der Politiker unter dem Druck knapper Zeit und laufender Kameras institutionell erzeugte Parteipositionen als Person authentisch verkörpern. Das bedeutet vor allem, daß die Form der Mitteilung (Tonfall, Kleidung, Körpergesten etc.) den Inhalt der Mitteilung widerspruchsfrei zu synchronisieren hat. Anders gesagt: ›Heiße Themen müssen heiß, kalte Themen kalt serviert werden.‹ Und nicht selten sieht sich der Politiker vor das Problem