

## Medienkultur im Zeitalter des Globalismus

Müller-Doohm, Stefan

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Müller-Doohm, S. (1997). Medienkultur im Zeitalter des Globalismus. In S. Hradil (Hrsg.), *Differenz und Integration: die Zukunft moderner Gesellschaften ; Verhandlungen des 28. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Dresden 1996* (S. 710-722). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-139816>

### 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.

# Medienkultur im Zeitalter des Globalismus

*Stefan Müller-Doohm*

Die These einer eigentümlichen Interdependenz nebeneinander wirkender Entwicklungsdynamiken – dies ist in Kurzform die Thematik des 28. Soziologenkongresses – hat in der Wissenschaft von der Gesellschaft eine lange Tradition. Einen ihrer Höhepunkte fand diese Tradition auf dem legendären Frankfurter Soziologentag, der vor einem knappen Vierteljahrhundert stattfand. Mit der Formel »Spätkapitalismus oder Industriegesellschaft?« traute man sich noch ein in Frageform gefaßtes »Entweder-Oder« zu. Diesem Streben nach eindeutiger Welterklärung hielt der Dialektiker Theodor W. Adorno jedoch in seinem Eröffnungsreferat sogleich ein »Sowohl-als-Auch« entgegen: Während die Gegenwartsgesellschaft sich nach dem Stand der Produktivkräfte als Industriegesellschaft entfaltet, ist sie hinsichtlich der Produktionsverhältnisse kapitalistisch strukturiert. Wenn man, inspiriert von der Theorie-Debatte dieses Soziologentages, den Versuch unternimmt, die Ebene gesellschaftstheoretischer Abstraktion zu verlassen, um auf der Ebene eines zeitdiagnostischen Analyseversuchs zu einer epochenbestimmenden Begrifflichkeit zu kommen – wodurch wären die gesellschaftstheoretischen Klassifikationen Spätkapitalismus und Industriegesellschaft zu ersetzen?

## 1. Medialität und Globalität

Signatur der Epoche des auslaufenden Jahrhunderts ist eine doppelte Dynamik: Während die Strukturen sozialer Interaktion in zunehmendem Maße durch die formgebende Gestalt technisch sich ausdifferenzierender Medien determiniert sind, unterliegen die Gesellschaftsformationen als Systeme den Konsequenzen des fortschreitenden Globalisierungsprozesses. Dabei stehen

Mediatisierung und Globalisierung in jenem wechselseitigen Bedingungsverhältnis, wie das einst Adorno von Spätkapitalismus und Industriegesellschaft nachzuweisen versucht hat.

Analysiert man die Zukunft moderner Gesellschaften unter dem sozioökonomischen Aspekt ihrer Produktivkräfte und Produktionsverhältnisse, so stößt man als ersten strukturbedingten Faktor auf ein unübersichtlich gewordenes System alter und neuer Informations- und Kommunikationsmedien. Diese Medienkonglomerate machen auf Grund der Synthese von digitaler Technologie und Computertechnologie einen Veränderungsprozeß durch, der zum epochalen Umbau sowohl des kognitiven Systems der Erkenntnisproduktion und des Systems kultureller Wissensvermittlung<sup>1</sup> als auch des Systems gesellschaftlicher Arbeit<sup>2</sup> und damit zur Umgestaltung der Formen gesellschaftlichen Zusammenlebens, zur Transformation dessen führt, was Max Webers Kultursoziologie den Geist der Epoche genannt hat. Der Globalisierungsprozeß als zweiter strukturbedingender Faktor epochaler Wandlungen ist sowohl bedingt durch die »Medienrevolution« (McLuhan 1995) als auch bedingendes Moment dieser Tendenz zur weltumfassenden Kommunikation.

Zum einen entstehen parallel mit der Mediatisierung jene kommunikationstechnologischen Basisinnovationen, die Voraussetzungen für die weltumspannenden telematischen Vermittlungssysteme sind, so daß sich unter der Bedingung der Echtzeit und über beliebige Raumdistanzen hinweg potentiell jeder mit jedem verständigen, potentiell jeder Teil der Welt interaktiv mit dem anderen in kommunikativen Kontakt treten kann.

Zum anderen hat die Globalisierung der Wirtschaftsbeziehungen zur Folge, daß sich Orte, Kapital, Güter und Dienstleistung verdichten und verflechten, so daß objektiv die Notwendigkeit wächst, sich der zeitverkürzenden und raumüberwindenden kommunikativen Netzwerke zu bedienen. Aus dem Effekt, temporale und territoriale Grenzen aufheben zu können, erklärt sich der – vergleichbar der Dampfmaschine, dem Verbrennungsmotor und der Atomenergie – revolutionäre Stellenwert eines technisch expandierenden Multimediensystems. Es hat im Laufe des letzten Jahrzehnts beispielsweise eine ökonomische Bedeutung als Wachstumsindustrie erlangt, die dabei ist, über die der Automobilindustrie hinauszugehen.<sup>3</sup> Es ist kaum zu hoch gegriffen, wenn im Anschluß an Daniel Bells zwei Jahrzehnte zurückliegende Voraussage über die kommende Informationsgesellschaft prognostiziert wird, daß die ausdifferenzierten und auf den technischen Stand der intelligenten Operation gebrachten Funktionssysteme der Informations- und Kommunikationsmedien ein neues soziales Weltverhältnis schaffen – und dies universal, weil mit der medialen Präsenz des Ganzen als Datenkonfiguration die Prozes-

se interaktiven Handelns grenzenlos werden. »Um den Erdball kreisen dieselben transkulturellen Botschaften, die zeitgleich an unterschiedlichen Stellen, ent-räumlicht abgenommen werden können« (Großklaus 1995: 107).

## 2. Ausdifferenzierung des Systems der Kommunikationsmedien

Die medienwissenschaftlich gebräuchliche Unterscheidung zwischen alten und neuen Medien impliziert, daß parallel mit den Innovationen der Medientechnologie sich die soziale Organisations- und kulturelle Gestaltungsweise der Kommunikationsverhältnisse grundlegend verändert hat. Vor dem Hintergrund dieses empirischen Sachverhalts will ich die (zweite) These stark machen, daß der Medienbegriff differenziert werden muß. Diese Differenzierung ist nicht nur deshalb unerläßlich, um ein empirisch stimmiges Konzept von Medienkultur zu begründen, sondern weil die Transformationsprozesse im Mediensektor keineswegs auf die einfache Alternative neuer an die Stelle der alten Medien hinauslaufen. Vielmehr ist das Nebeneinander von drei Haupttypen von Medien festzustellen, die hinsichtlich ihrer Organisationsweise und ihres davon bestimmten Kommunikations- und Handlungspotentials unterschiedlich strukturiert sind.

Auf der einen Seite wird die kommunikative Infrastruktur unserer Gesellschaften durch ein ausgebautes System traditioneller Massenmedien getragen. Die Printmedien und die elektronischen Medien Rundfunk und Fernsehen operieren als Programmedien, die durch die Attraktivität ihrer Informations- und Unterhaltungsangebote Publika als Rezipienten zu erreichen versuchen; sie haben den doppelten Status einer zahlenden Kundschaft und eines Empfängers von bezahlten Werbebotschaften.

Auf der anderen Seite etabliert sich mit dem Übergang von der analogen zur neuen digitalen Technologie und der Expansion computergestützter Kommunikationsnetzwerke ein neuer Medientyp. Als sein Prototyp kann das Internet gelten. Das Internet ist ein globales Informationsverbundsystem, in dem niemand im besitzrechtlichen Sinne als Eigentümer fungiert und an das mehrere Millionen von Computern angeschlossen sind, sogenannte Hosts. Über 50 Millionen Nutzer machen weltweit von dem Internet Gebrauch, indem sie wechselseitig Nachrichten zirkulieren lassen: ein free flow of communication, der bislang so gut wie unkontrollierbar ist und z. Zt. ein exponentielles Wachstum erfährt (Halbach 1996: 168 ff.). So verdoppelt sich die Anzahl der Hosts jährlich ebenso, wie das elektronische Verschicken von Post (E-

Mail) oder die Beteiligung an News Groups eine immer selbstverständlichere Kommunikationspraxis wird, an der längst auch die Soziologie aktiv beteiligt ist<sup>4</sup> (vom Lehn 1996; van Gelder 1995). So wie dieser Typus des partizipativen Kommunikationsmediums einen dezentralen und individualisierten Medientypus darstellt, sind seine Nutzer individuelle Einzelne, die den Anspruch erheben, den Status (nicht von Rezipienten, sondern) von Interakteuren zu haben.

Der Dualismus von alten Programm-Produktionsmedien und neuen individualisierten Kommunikationsmedien täuscht nun aber darüber hinweg, daß sich ein dritter Medientypus durchgesetzt hat. Denn die Massenmedien verlieren in zunehmendem Maße das ursprüngliche Design einer standardisierten Präsentationsweise auf der Basis industrialisierter Massenproduktion für viele, und zwar zugunsten der extremen Diversifikation der Mediengattungen, Medienformen und Medieninhalte<sup>5</sup> sowie einer ebenso extremen Individualisierung des Mediennutzungs-Verhaltens. Dieser Prozeß der Produktsegmentierung und Spezialisierung des Medienkonsums im Rahmen sich separierender kommunikativer Milieus hat sich in mehreren Phasen vollzogen.

Zunächst haben sich nach der weltweit durchgesetzten Deregulations- und Denationalisierungspolitik die kommerziellen Medienunternehmen als transnationale Großkonzerne reorganisiert. Hier konkurrieren gerade noch 10 konglomerate Großkonzerne um die Marktanteile mit den nationalen Public-Service-Anbietern wie beispielsweise ARD und ZDF, BBC, ORT, RAI und ARTE. Der mit Abstand führende Medienakteur in Europa ist, neben Fine-vest von Silvio Berlusconi, News-Coperation von Rupert Murdoch und der Leo Kirch-Gruppe, die Unternehmensgruppe Bertelsmann. Sie zählt zwar zu den umsatzstärksten Medienkonzernen überhaupt, muß sich aber auf dem Weltmarkt gegenüber einer um Vormacht kämpfenden Phalanx amerikanischer Giganten behaupten. Die jüngsten Fusionen des Walt-Disney-Konzerns (Umsatz: 16,4 Milliarden Dollar im Jahr) und von Time Warner/Turner (Umsatz: 18,7 Milliarden Dollar im Jahr) haben eine noch nie dagewesene Größenordnung erreicht, so daß in der Tat »schiere Größe (...) zum beherrschenden Faktor in der Medienindustrie« wird (Röper 1995: 17).

Die führenden Global Players haben parallel mit ihren Strategien der Unternehmenskooperation und -konzentration sowie der Bildung von Konsortien intern eine immer perfektere Multimedienstruktur ausgebildet. Mit dieser Schaffung einer Spannweite unterschiedlicher Medientypen unter dem Dach eines Konzerns war es schließlich möglich, innerhalb der Einzelsparten wie der Printmedien und der elektronischen Medien spezifische Zielgruppen zu erschließen, die man durch Spartenkanäle und Video-On-Demand-Systeme

langfristig zu binden versucht. Für jedes soziale Tätigkeitsfeld, für jedes soziodemokratische Segment und jede soziale Teilgruppierung werden spezielle massenmediale Angebote konzipiert. Es handelt sich hier um das im Medienbereich neuartige Phänomen konzernorganisierter, flexibler Massenproduktion, die also für divergente Konsumstile und hochgradig segmentierte Teilmärkte bestimmt ist, die strikt bedarfsorientiert beliefert werden: Spartenprogramme elektronischer Medien und Special-Interest-Medien im Printbereich reagieren auf und verstärken den Prozeß einer Separierung sozio-kultureller Milieus und symbolischer Gemeinschaften (Schulze 1992), so daß sich die desintegrative Atomisierung von Kommunikationsinteressen und Lebensstilen fortsetzt.

Trotz dieser Aufsplitterung der Kommunikationsangebote, die im Bereich der Programmmedien den Veränderungen der kommunikativen Nachfrage Rechnung tragen, hat sich hier die Grundrelation von Sender, Botschaft, Empfänger im Prinzip kaum verändert.<sup>6</sup> Erst das technische Potential der Telematik, d.h. die Synthese von Telekommunikation und Informatik, erlaubt eine strukturell andere Kommunikationsform, die durch die Interaktion zwischen autonomen Sendereinheiten charakterisiert ist. Mit der Verbreitung der Computer-Kommunikationsmedien geht die Zeit ihrem Ende entgegen, in der die traditionelle Form der »Einer-an-viele-Medien« dominiert. Sie wird ersetzt durch offene und dezentralisierte Networks wie das Internet als ein »Viele-an-viele-Medium«. »Die Macht der Viele-an-viele-Medien ist radikal dezentralisiert und ist deshalb eine Gefahr für weitgehend zentralisierte Machtstrukturen« (Rheingold 1995: 190).

Diese Kultur neuer Medien<sup>7</sup> zeichnet sich neben dem Potential an Autonomie, dem Prinzip der Nutzungsoffenheit und der Tendenz einer universal verständlichen Ausdrucksweise durch die Symbolik der Bildsprache aus. Hinzu kommt, daß die computergestützten Kommunikationsnetzwerke hinsichtlich ihrer Speichertechniken, d.h. ihrer Verarbeitungskapazitäten und Darstellungsmittel komplexer, folglich informationsintensiver sind als beispielsweise das Telefongespräch (Kubicek 1994: 107 ff.). Denn der qualitative Sprung besteht darin, daß die elektronische Bearbeitung einer Datenvielfalt in der Form gleichzeitig von Texten und Bildern ermöglicht wird. Damit ist, wie Manfred Faßler akzentuiert (1996: 24 ff., 189 ff.), ein neuer medialer Modus der symbolischen Vermittlung zwischen Individuum und Gesellschaft entstanden: ein interaktiv ausfüllbarer, bis hin zur Dreidimensionalität kreierbarer Zusatzraum, dessen Eigenschaft in seiner Virtualität besteht. Virtuelle Realitäten sind computergenerierte, mehrdimensionale Wahrnehmungs- und Erlebnisräume, in die der Kommunikator durch mehrere seiner Sinne (Sehen, Tasten,

Hören) integriert ist (z.B. durch den Data-Glove und Eye-Phones, d.h. den sogenannten Datenhandschuh) und in welchem er ohne Zeitverzögerung so interagiert wie in der realen Welt. »Virtualität ist eine technokulturelle Schnittmenge zwischen Mensch-Maschine« und nicht weniger als eine zukünftige »handlungsorientierte Kulturtechnik« (Faßler 1996: 192, 200).

### 3. Soziale Konsequenzen der Mediadisierung

Schenkt man den vorliegenden Studien über das Regime der neuen Medien und die Informatisierung der Gesellschaft mit ihren teilweise spekulativen Zügen Glauben, so erlauben sie die Schlußfolgerung, daß die rapide voranschreitende Implementierung computergestützter Kommunikation drei durchgreifende soziale Konsequenzen hat: zum einen für das Erleben von Zeitlichkeit (Detemporalisierung), zum anderen für das Erleben von Räumlichkeit (Delokalisierung) und schließlich drittens für die symbolische Praxis der Gesellschaft (Visualisierung). Wie lassen sich diese Konsequenzen hinsichtlich ihrer sozialen Dimension näher charakterisieren? Während die Temposteigerung infolge der Computertechnologie zur Auflösung linearer und zyklischer Zeit führt, die durch das vom Druck der Aktualität beherrschte Prinzip der Echtzeit ersetzt wird, bedingt der territoriale Distanzverlust im globalen Netz, daß Nähe und Ferne ihre Spezifik einbüßen, wodurch alles »zum Jetzt und Hier wird« (Großklaus 1995: 97). Auf der einen Seite kann diese Verdichtung von Zeit und Raum zu einer Zunahme von Pluralität und Multiperspektivität führen (Nowotny 1994: 26). Auf der anderen Seite besteht eine Gefahr, auf die Anthony Giddens aufmerksam gemacht hat: Die Entleerung der Zeit und des Raumes bedingt, daß die sozialen Beziehungszusammenhänge ihren lebensweltlichen Kontext einbüßen: Die sozialen Beziehungen werden aus ortsgebundenen Interaktionsbezügen herausgehoben (disembedding) (1995: 33 ff.).

Für beide Entwicklungsrichtungen spricht einige Plausibilität, so daß kein Weg daran vorbeigeht, diese Vermutungen in empiriefähige Fragestellungen umzuformulieren.<sup>8</sup> So ist vordringlich zu klären, in welcher Relation die integrativen und desintegrativen Mechanismen, die Effekte der Inklusion und Exklusion, des Universalismus und Partikularismus in einem global vernetzten, über Computer interagierenden Kommunikationssystem stehen. Welche Formen der Sozialität und der kulturellen Bindungen konstituieren sich in der virtuellen Welt? Welches Gewicht behalten die face-to-face-Interaktionen der konkreten Alltagspraxis gegenüber der Abstraktheit virtueller Beziehungen?

Sind sie eine Grundlage dafür, gemeinsam geteilte Bedeutungen und Sinnbeziehungen herzustellen (Weisenbacher/Sutter 1996)? Es ist eine Debatte darüber entbrannt, ob die universale Zugänglichkeit disparater Kulturräume per Netzkommunikation die geschichtlich gewachsenen Traditionszusammenhänge, aus denen kollektive Identitäten hervorgehen, gleichwertig macht. Wird damit die ungeheuerere Vielfalt kultureller Anschauungsweisen nivelliert? Sind folglich die Schleusen für einen kulturellen Entdifferenzierungsprozeß geöffnet, an dessen Ende die Relativierung historisch unterschiedlicher kollektiver Lebensentwürfe, ihre völlige Gesichtslosigkeit stünde? Verliert sich die Einzigartigkeit der Orte in der Leere des einen Raums? Zweifellos gehört zur Moderne die irritierende Erfahrung, daß zwar noch nicht die geographischen Regionen dieser Erde, aber die Globalität der Medienkultur den Zeitgenossen mit dem Phänomen der Immerverfügbarkeit und Immergleichheit der Texte und Bilder konfrontiert.

Ebenso sozial bedeutsam wie die Raum-Zeit-Problematik sind die zahlreichen, zumeist kritisch gerichteten Überlegungen zur Kultur synthetischer Echtzeitbilder. Wenn die Dominanz des Bildschirms den durch die televisionären Medien eingeleiteten Visualisierungsprozeß verstärkt, dann setzt sich die Simultanität visueller Bildzeichen, denen der nicht-diskursive Charakter präsentativer Symbole eigen ist, gegenüber der argumentativen und narrativen Struktur der sprachlichen und textuellen Ausdrucksform durch. Absorbiert die Unmittelbarkeit des simultan Sichtbaren, d.h. die in ihrer momentanen Sichtbarkeit ständig wechselnde Bildsequenz das Subjekt in der Position des prüfenden Betrachters? Es besteht Grund zu der Annahme, daß ihm die Übertragungsgeschwindigkeit gleichsam keine Chance läßt, eine Haltung zu gewinnen, die eine eigene Bedeutungsaneignung und Sinnzuschreibung erlauben würde. So resultiert die Macht medialer Bilderströme daraus, daß sie die Phänomene in Bruchteilen von Sekunden projizieren. Dadurch ist ihnen eine Aura der Zuverlässigkeit eigen, die die dingliche Welt in den Schatten zu stellen scheint.

Dieser zeitverkürzende und raumüberwindende Nutzen, der mit der Informationsverarbeitung durch synthetische Bildzeichen entsteht, hat zwar den Vorteil enorm schneller Decodierung. Dieser Gewinn kann aber auf Kosten einer deliberativen Geltungsprüfung der politischen Implikationen von Kommunikaten gehen, die gerade für eine demokratische Zukunft der globalen Weltordnung unverzichtbar ist (Richter 1992: 163 ff.).

Wenn wir die Dynamik der Globalisierung als jenes zweite Zauberwort makrotheoretischer Analysen berücksichtigen, dann stehen wir vor der überraschenden Diagnose: Der historisch über Jahrhunderte gewachsene Zusam-



menhang wird obsolet, der zwischen kulturellen Traditionen und Weltbildern einerseits und ihrer geographischen sowie nationalen Verortung andererseits besteht. Folge davon ist, daß sich eine Art kultureller Gleichschaltung durchsetzt (Barloewen 1996). Als Gründe dafür gelten die vereinheitlichenden Mechanismen standardisierter kommunikativer Systeme, die – entgegen ihrer technologisch gegebenen Natur der Offenheit – der partiellen Rationalität der Ökonomie gehorchen und/oder der Kontrolle durch staatliche und transnationale Machtinteressen unterliegen. Diese problematische Tendenz zur »one culture« im Zeitalter des Globalismus, das Giddens zufolge indes »mit dem Hinschwinden der privilegierten Stellung des Abendlandes« (1995: 72) einhergeht, konvergiert seiner Auffassung nach mit der Tendenz zur Renationalisierung, die sich in einem »Aufstieg lokaler Nationalismen« manifestiert:

Die Revolutionierung der Kommunikation, die sich faktisch vollzieht, könnte sich – frei nach Walter Benjamin – als Griff des Menschengeschlechts zur Notbremse erweisen, das so einen Zustand von Weltgesellschaft unterläuft, in der die Imperative der Global Players eine Art zweite »ursprüngliche Akkumulation« in Gang setzen. Denn die pessimistisch prognostizierten Gefahren

- einer Entstehung von »Niemandsländern« der Mediatisierung bzw. eines Antagonismus zwischen Informationsreichen und Informationsarmen (Rifkin),
- einer Enteignung der Sinne durch die Automatisierung der Wahrnehmung (Virilio),
- einer Synthese von Fiktion und Realität, d.h. eines totalen Illusionismus durch die Emission synthetischer Bilder (Flusser),
- einer Aushöhlung von Zeit und Raum (Giddens).

Diese exemplarisch genannten vier Risiken sind nur durch die Befunde detaillierter Einzelforschung von der Hand zu weisen. Das gilt auch für die im engeren Sinne sprachsoziologische Problematik, in welchem Verhältnis im globalen Kommunikationsprozeß konstative, regulative und expressive Sprechakte stehen bzw. ob überhaupt noch von Sprechakten die Rede sein kann. Welche spezifische Form besitzen die zeichenhaften Kommunikate durch die Online-Medien? Eine empirisch offene Frage ist es auch, ob das partizipative Potential der Netzwerkkommunikation in der Weise Verwendung finden kann, daß sich eine neue Balance von Globalität und Lokalität im Kontext der Medienkultur herauskristallisiert.<sup>9</sup> Zwischen den spannungsvollen Polen einer kulturellen Globalhegemonie sich konstituierender Informations-Weltmächte und einem farblosen Provinzialismus kultureller Separatis-

men gibt es ein drittes Modell. Es macht für eine territorial und temporal losgelöste Medienkultur der Gegenwartsmoderne die regulative Idee einer demokratisch verfaßten »Weltbürgergesellschaft« geltend: Multikulturalismus auf der Basis wechselseitiger Anerkennung.

## Anmerkungen

- 1 Wissen verliert die Qualität kognitiver Leistungen von Subjekten und wandelt sich in eine Summe von Daten und Informationen, von elektronischen Speichersystemen endlos akkumuliert, die eine neue, nämlich entsubjektivierte Form kollektiven Gedächtnisses repräsentieren.
- 2 So läßt sich beobachten, daß sich nicht nur die Arbeitswelt selbst verändert (Enquête-Kommission des Deutschen Bundestages »Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft« 1996), sondern der soziale Stellenwert von Arbeit und Kommunikation gleichen sich tendenziell immer mehr an.
- 3 Vgl. Bell 1976 und Kubicek 1994: 108 ff., 120 ff. Einer Schätzung des Bertelsmann Konzerns zufolge soll sich der Umsatz der Kommunikationsindustrie innerhalb des deutschen Marktes in den nächsten 6 Jahren von 70 Milliarden DM auf mehr als 150 Milliarden DM verdoppeln (Hoffmann-Riem/Vesting 1994: 184). Der Gesamtumsatz der 100 weltweit größten Medienunternehmen belief sich vor 6 Jahren bereits auf 300 Milliarden DM. Dabei steht in diesem Sektor Europa ganz im Schatten der USA, die seit langem den umsatz-, produktivitäts- und exportstärksten Medienmarkt haben (Luyken 1990: 622 ff.). Der Informations- und Kommunikationssektor macht dort mehr als die Hälfte des Brutto-Inland-Produkts aus.
- 4 Nicht nur die Aufklärungswissenschaft bedient sich des Internets, sondern inzwischen auch der Klerus. So sollen Geistliche via Netz Bedürftigen die Beichte abgenommen haben. Nicht genug damit, auch politische Propaganda selbsternannter »Patriots for a Constitutional America« wird online über das Internet bei den über 100 Millionen Nutzern unkontrolliert verbreitet. Es handelt sich hier um die höchst fragwürdige, weil global auftretende Wiederkehr eines Syndroms von Paranoia, das Adorno in den späten 40er Jahren am Beispiel von Rundfunkreden des faschistischen Agitators Martin Luther Thomas analysiert hat. Während Network-Vermarkter in das Internet drängen, um durch Werbespots und Multi-Level-Marketing dieses zu kommerzialisieren, belästigen Homepages und Chat-Channels – wider alle Netiquette – den Internet-Benutzer mit Belanglosigkeiten des menschlich-allzu menschlichen Privatlebens exhibitionistisch disponierter User, die die Pseudonymität im globalen Netz für Indiskretionen jeder Art mißbrauchen. Daß hier enorme Probleme des Datenschutzes bestehen, liegt auf der Hand (Lütge 1996).

- 5 Daß diese Pluralität der Präsentationen zumindest in bezug auf die Fernsehprogramme eine Täuschung ist und deshalb die Auswahl eigentlich immer schwieriger wird, weil sich angesichts der zu füllenden leeren Programmflächen eine »Uniformität der Abläufe und der Inszenierungsstrategie« durch die Form des »durativen Bildes« durchsetzt, hat in einem kleinen Essay Karl Prümm überzeugend zu zeigen vermocht (1996: 29; vgl. auch Prümm 1996a und Keppler 1994, Oevermann/Tytker 1991).
- 6 Aus diesem Grund behalten jene medientheoretischen Erklärungsansätze ihre Gültigkeit, denen dieses dreistufige Modell zugrunde liegt. Die Beschreibung im Rahmen der Systemtheorie von Niklas Luhmann, wonach die Massenmedien als Realitätskonstrukteure mit der »ständigen Erzeugung und Bearbeitung von Irritation« (Luhmann 1995: 174) befaßt sind, diese Funktionsbeschreibung ist auf einen Bereich der Massenkommunikation festgelegt, der durch die traditionellen Medien Presse, Rundfunk und Fernsehen strukturiert ist. Die gleiche Beschränkung auf den Komplex der Programmedien läßt sich für die weitaus ältere Theorie der Kulturindustrie konstatieren, die in der Aussage gipfelt: Die Funktion der zum System geronnenen Medien besteht darin, die Menschen um die mögliche Einsicht in die Falschheit des Weltzustandes zu betrügen. (Horkheimer/Adorno 1947: 144 ff.)
- 7 Wenn hier von einem neuen Typus von Medienkultur die Rede ist, dann ist damit nicht nur die kulturelle Dimension der technischen Form der Kommunikation, ihre Interaktivität und die Visualität gemeint, sondern auch folgende Tatsache: Zum einen sind globale Vernetzung, Multimedialität und Virtualisierung selbst Gegenstand um sich greifender Popularisierungen im Rahmen der Film- und Fernsehindustrie. Zum anderen formieren sich Gruppierungen sozialer Bewegungen wie die Cyberpunk-Bewegung, die den main-stream des Mediengebrauchs sei es destruktiv, sei es phantasievoll zu unterlaufen oder zu überschreiten versuchen. Zu diesem Phänomen gehört auch die Ausgrenzung der Gruppe der Dumm-User durch die Gruppe der Datendandys (Bühl 1996: 79 ff., Agentur Bilwet o.J.).
- 8 Vgl. die Arbeiten der Projektgruppe »Kulturraum Internet« des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung (WZB). Die Vorträge des Plenums »Transformationsprozesse medialer Kulturen der Moderne«, aber auch die Vorträge im Rahmen der Veranstaltung der Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie zum Thema »Das Spannungsverhältnis von Hochkultur und Populärkultur« dokumentieren, daß die Wissenschaft von der Gesellschaft im Begriff ist, einen disziplinären Diskurs über die sozioökonomischen und soziokulturellen Dimensionen dieser medieninduzierten Transformationsprozesse zu führen.
- 9 Roland Robertson (1992: 100) geht von einer dialektischen Entwicklung aus, wenn er eine Interpenetration des Universalismus der Partikularismen und der Partikularisierung des Universalen konstatiert. Vgl. auch Robertson 1995, 25 ff. und Wagner (1995: 266 ff.), der ganz richtig zur Vorsicht mahnt: »Die homogenisierenden Wirkungen der Globalisierung werden überschätzt, und die Entwicklung neuer Strukturen unterhalb der globalen Reichweite wird übersehen.«

## Literatur

- Agentur Bilwet (o.J.), *Der Datendandy*. Mannheim.
- Axtmann, Roland (1995), *Kulturelle Globalisierung, kollektive Identität und demokratischer Nationalstaat*, in: *Leviathan* 1/1995.
- Bagdikian, Ben (1983), *The Media Monopoly Report*. Boston.
- Barloewen von, Constantin (1996), *Gibt es ein Weltdorf?* FAZ Nr. 58, v. 8.3.1996.
- Bell, Daniel (1976), *Die nachindustrielle Gesellschaft*. Frankfurt a.M.
- Bolz, Norbert (1991), *Eine kurze Geschichte des Scheins*. München.
- Bolz, Norbert (1993), *Am Ende der Gutenberg Galaxis*. München.
- Bühl, Achim (1996), *Cybersociety*. Köln.
- Coy, Wolfgang (1994), »Gutenberg und Turing«: Fünf Thesen zur Geburt der Hypermedien, in: *Zeitschrift für Semiotik* 16.
- Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages »Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft – Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft« (1996). Bonn.
- Faßler, Manfred (1996), *Mediale Interaktion. Speicher, Individualität, Öffentlichkeit*. München.
- Flusser, Vilém (1992), *Ins Universum der technischen Bilder*. Göttingen.
- Gelder, Frederik van (1995), *Adorno im Internet*, in: *Mitteilungen Institut für Sozialforschung* Nr. 6. Frankfurt a.M.
- Giddens, Anthony (1995), *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt a.M.
- Giesen, Bernhard (1992), *Die Dialektik der weltgesellschaftlichen Kommunikation*, in: Horst Reimann (Hrsg.), *Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft*. Opladen.
- Großklaus, Götz (1995), *Medien-Zeit, Medien-Raum. Zum Wandel der raumzeitlichen Wahrnehmung in der Moderne*. Frankfurt a.M.
- Grote, Christa von u.a. (1994) (Hrsg.), *Kommunikationsnetze der Zukunft. Leitbilder und Praxis*. WZB. Berlin.
- Habermas, Jürgen (1992), *Faktizität und Geltung*. Frankfurt a.M.
- Habermas, Jürgen (1996), *Die Einbeziehung des Anderen*. Frankfurt a.M.
- Halbach, Wulf (1996), *Virtualität und Ereignisse*, in: Rudolf Maresch (Hrsg.), *Medien und Öffentlichkeit*. München.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang/Vesting, Thomas (1995) (Hrsg.), *Perspektiven der Informationsgesellschaft*. Baden-Baden.
- Hörisch, Jochen/Raulet, Gérard (1992), *Sozio-kulturelle Auswirkungen moderner Informations- und Kommunikationstechnologien*. Frankfurt/New York.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1947), *Dialektik der Aufklärung*. Amsterdam.
- Huntington, Samuel (1993): *The Clash of Civilizations?* in: *Foreign Affairs* Vol 72 (3).
- Jarren, Otfried (1994) (Hrsg.), *Medienwandel – Gesellschaftswandel*. Berlin.

- Kaplan, E. Ann (1987), *Rocking around the Clock. Music Television, Postmodernism and Consumer Culture*. New York/London.
- Kenichi, Ohmae (1996), *Der neue Weltmacht. Das Ende des Nationalstaates und der Aufstieg der regionalen Wirtschaftszonen*. Hamburg.
- Keppler, Angela (1994), *Wirklicher als die Wirklichkeit*. Frankfurt a.M.
- Kiefer, Marie-Luise (1990), *Europa – ist das kulturelle Fernsehdilemma programmiert?* in: *Media Perspektive* 10/1990.
- Kiefer, Marie-Luise (1995), *Konzentrationskontrolle: Bemessungskriterien auf dem Prüfstand*, in: *Media Perspektiven* 2/1995.
- Kleinsteuber, Hans J. u.a. (1990) (Hrsg.), *EG-Medienpolitik. Fernsehen in Europa zwischen Kultur und Kommerz*. Berlin.
- Kubicek (1994), *Steuerung in der Nichtsteuerbarkeit*, in: Ingo Braun/Bernhard Joerges (Hrsg.), *Technik ohne Grenzen*. Frankfurt a.M.
- Lehn, Dirk vom (1996): *Soziologischer Esprit im Cyberspace*. Bamberg (Ms).
- Lehn, Dirk vom (1996a), *Erste Schritte in Richtung Cyberethnographie*. Bamberg (Ms).
- Luhmann, Niklas (1975), *Die Weltgesellschaft*, in: ders., *Soziologische Aufklärung 2*. Opladen.
- Luhmann, Niklas (1984), *Soziale Systeme*. Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas (1996), *Die Realität der Massenmedien*. Opladen.
- Lütge, Gunhild (1996): *Räuber im Netz*, in: *Die Zeit*, Nr. 35, v. 23. 8. 96
- Luyken, Georg-Michael (1990), *Das Medienwirtschaftsgefüge der 90iger Jahre*, in: *Media Perspektiven* 10/1990. Frankfurt a.M.
- MacLuhan, Marshall (1995), *Die magischen Kanäle*. Basel.
- MacLuhan, Marshall/Powers, Bruce R. (1993), *The Global Village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert*. Paderborn.
- Maresch, Rudolf (1996) (Hrsg.), *Medien und Öffentlichkeit*. Wien.
- Müller-Doohm (1996a), *Die Sprache der Bilder*, in: Ronald Hitzler/Anne Honer (Hrsg.), *Sozialwissenschaftliche Hermeneutik*. Opladen (im Druck).
- Müller-Doohm, Stefan/Neumann-Braun, Klaus (1995) (Hrsg.), *Kulturinszenierungen*. Frankfurt a.M.
- Nowotny, Helga (1994), *Das Sichtbare und das Unsichtbare: die Zeitdimension in den Medien*, in: Mike Sandbothe/Walter Zimmerli (Hrsg.), *Zeit-Media-Wahrnehmung*. Darmstadt.
- Oevermann, Ulrich/Tykwert, Jörg (1991), *Selbstinszenierung als reales Modell der Struktur von Fernsehkommunikation*, in: Stefan Müller-Doohm/Klaus Neumann-Braun (Hrsg.), *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation*. Oldenburg.
- Peters, Bernhard (1994), *Der Sinn von Öffentlichkeit*, in: *KZfSS, Sonderheft 34*.
- Friedhelm Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Opladen.
- Prümm, Karl (1996), *In der Endlosschleife*, in: *FAZ* Nr. 193 vom 20. 8. 1996.

- Prümm, Karl (1996a), In der Hölle – im Paradies der Bilder. Medienstreit und Mediengebrauch, in: Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 26 (103).
- Reich, Robert B. (1993), Die neue Weltwirtschaft. Frankfurt a.M./Berlin.
- Reimann, Horst (1992) (Hrsg.), Transkulturelle Kommunikation und Weltgesellschaft. Theorie und Pragmatik globaler Interaktion. Opladen.
- Rheingold, Howard (1992), Virtuelle Welten. Reisen im Cyberspace. Reinbek bei Hamburg.
- Rheingold, Howard (1994), Der Alltag in meiner virtuellen Gemeinschaft, in: Manfred Faßler/Wulf R. Halbach (Hrsg.), Cyberspace. Gemeinschaften, virtuelle Kolonien, Öffentlichkeit. München.
- Richter, Emanuel (1992), Der Zerfall der Welteinheit. Vernunft und Globalisierung in der Moderne. Frankfurt.
- Rifkin, Jeremy (1995), Das Ende der Arbeit und ihre Zukunft. Frankfurt a.M.
- Robertson, Roland (1995), Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity, in: Mike Featherstone/Scott Lash/Roland Robertson (eds), Global Modernities. London.
- Robertson, Ronald (1992), Social Theory and Global Culture. London.
- Röper, Horst (1995), Formationen deutscher Medienmultis 1994/95, in: Media Perspektiven 7/1995.
- Sassen, Saskia (1996), Metropole des Weltmarktes. Die neue Rolle der Global Cities. Frankfurt a.M./New York.
- Saxer, Ulrich (1990), Sprachbabel in Europas Medien, in: Media-Perspektiven 10/1990.
- Schiller, Herbert I. (1989), Culture Inc. The Corporate Takeover of Public Expression. New York/Oxford.
- Schmidt, Siegfried J. (1996), Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Frankfurt a.M.
- Stegbauer, Christian (1996), Empirie und Ernüchterung auf der Datenautobahn. Frankfurt a.M.
- Taylor, Charles (1993), Multikulturalismus und die Politik der Anerkennung. Frankfurt a.M.
- Toulmin, Stephen (1991), Kosmopolis. Die unerkannten Aufgaben der Moderne. Frankfurt a.M.
- Virilio, Paul (1992), Rasender Stillstand. München.
- Wagner, Peter (1995), Soziologie der Moderne. Frankfurt/New York.
- Weisenbacher, Uwe/Sütter, Tilmann (1996), Virtuelle Interaktion. Ms.
- Youngblood, Gene (1991), Metadesign, in: Florian Rötzer (1991) (Hrsg.), Digitaler Schein. Frankfurt a.M.