

## **Markus Wiemker – 5.2 Mediensoziologie**

Die Rolle der Medien ist aufgrund ihrer Vermittlerposition zwischen Individuum und Gesellschaft für die Soziologie interessant. So wird zum einen der Einfluß der Medien auf Interaktion, Sozialisation und die Veränderung der Gesellschaftsstruktur betrachtet. Zum anderen geraten die modernen technischen Massenmedien, und die durch sie hervorgerufene Ausweitung und Beschleunigung der Kommunikation in das Blickfeld. Dabei konzentriert die Mediensoziologie ihre Analysen auf drei Bereiche: Erstens leistet sie, durch die Betrachtung der kontextuellen Aneignung medialer Produkte, einen Beitrag zur Rezeptionsforschung und zur Medienanalyse, zweitens untersucht sie Möglichkeiten und Grenzen der medialen Kommunikation und drittens analysiert sie die, durch wirtschaftliche Interessen und politische Machtverhältnisse beeinflusste, Produktion. In ihren Anfängen wurde die Mediensoziologie von der Demoskopie und Forschungen zur Massenkommunikation und Medienwirkung dominiert. Später unternahm Talcott Parsons, gefolgt in abgewandelter Form von Niklas Luhmann, den Versuch, die strukturelle Wirkung von Medien im allgemeinen zu untersuchen. Seit den sechziger Jahren wurden dann die Cultural Studies der Birmingham School mit Untersuchungen von Richard Hoggart, Raymond Williams und Stuart Hall zu einem richtungsweisenden Projekt. Ihnen ging es um den, oft durch Macht beeinflussten, Zusammenhang von medialer Produktion und kultureller Aneignung. Viele Theoretiker schwanken immer wieder zwischen Optimismus und Pessimismus bei der Beurteilung der Frage nach dem Einfluß von Medien. Die Skeptiker glauben an die zersetzende Wirkung der Medien und sehen die Gefahr einer Auflösung bestehender kultureller Normen und Werte. Dabei erscheint der Rezipient als Opfer politischer oder ökonomischer Manipulation. So beklagten schon in den 40er Jahren Theodor W. Adorno und Max Horkheimer, Vertreter der Frankfurter Schule, die „ästhetische Verarmung“ und die unterdrückende Wirkung der „Kulturindustrie“. Walter Benjamin, hingegen, sah in den Medien, den Anfang einer neuen demokratischen und ästhetischen Kultur. Die Utopisten hoffen durch die Einführung neuer Medien auf eine veränderte, gerechtere Gesellschaft, die sich besonders durch die Beseitigung von sozialen Unterschieden auszeichnet. Hier wird das Individuum zum medienkompetenten Akteur in einer neuen, freien Kultur. Zusätzlich variieren diese zwei Standpunkte in den Ansichten darüber, ob so etwas „noch nie dagewesen“ ist oder „alles wie gehabt“ bleibt und ob Medien in der Gesellschaft und im Individuum eher eine schwache oder intensive Wirkung entfalten. Zwischen diesen verschiedenen Positionen schwankt die Mediensoziologie bis heute, und je nach Theoriemodus oder anstehendem Paradigmenwechsel ist die eine oder die andere eher vorherrschend.

**McLuhan, Marshall (1995): Die magischen Kanäle. Understanding Media.**  
**Basel: Verlag der Kunst. (2. erweiterte Auflage, deutsche Erstauflage 1968 bei Econ)**  
**Original: Understanding Media. The Extensions of Man. (1964)**

Jeder kennt die beiden Thesen „the medium is the message“ und „the global village“ des kanadischen Medientheoretikers Herbert Marshall McLuhan - jedoch wird behauptet, daß nur wenige seine Bücher gelesen und noch weniger sie verstanden haben. Deshalb glaube ich, daß sich, besonders aufgrund der zunehmenden Dominanz elektronischer Medien, eine Auseinandersetzung mit dem Buch „Understanding Media“ lohnt. Mit „the global village“ meint McLuhan den Zustand, den wir nach dreitausend Jahren der Erweiterung unserer Sinnesorgane durch den Einsatz von technologischen Medien erreicht haben: unabhängig von Raum- und Zeitgrenzen sind Informationen verfügbar und jeder kann mit jedem kommunizieren. Doch wirken inzwischen die elektronischen Medien, durch ihre hohe Geschwindigkeit, ihre Aufhebung von Zeit und Raum, in einer gegenläufigen Entwicklung komprimierend. Es kommt zu einer Implosion, und zusammengezogen wird die Welt nun zu einem globalen Dorf, in der das Diktum „the medium is the message“ herrscht. McLuhan interessieren die sozialen und individuellen Folgen, die ein neues Kommunikationsmedium, sowohl auf den Inhalt der Botschaft, die es enthält, wie auf die Wahrnehmung der Nutzer hat, bzw. welchen Einfluß die neuen Kommunikations- und Wahrnehmungskanäle auf die Art und Weise haben, wie wir die Welt sehen und was wir in ihr sehen. „Das soll nur heißen, daß die persönlichen und sozialen Auswirkungen jedes Mediums – das heißt jeder Ausweitung unserer eigenen Person – sich aus dem neuen Maßstab ergeben, der durch jede Ausweitung unserer eigenen Person oder durch jede neue Technik eingeführt wird.“ (McLuhan 1995: 21) Er mißt aber nur der Form des Mediums eine entscheidende Bedeutung zu, denn die Form steuert und gestaltet Ausmaß und Form des menschlichen Zusammenlebens. Der Gebrauch eines Mediums oder der spezifische Inhalt ist unbedeutend, da er durch das Medium selbst bestimmt wird und gleichzeitig der Inhalt auch schon immer Inhalt eines anderen Mediums ist. So bedeutet die „Botschaft“ eines Mediums oder einer Technik die Veränderung des Maßstabs, der Geschwindigkeit oder des Musters der gesellschaftlichen Realität. Wegweisend an McLuhans Theorien war vor allem die Betonung des Einflusses der Form im Gegensatz zum Inhalt eines Mediums und die Herausarbeitung der Universalität und Transformationsfähigkeit von Medien. Seine Untersuchungen erscheinen durch die vielen (auf den ersten Blick) paradox erscheinenden Behauptungen und den unsystematischen, apodiktischen und literarischen Stil für den Leser nur bedingt nützlich, eher sind es die radikalen Denkanstöße, die zu faszinieren wissen. Oft wurde an seinen Thesen kritisiert, daß ein Medium immer ein anderes Medium zum Inhalt hat, der Inhalt eines Mediums gar keine

Rolle spielt und der Gebrauch eines Mediums determiniert ist. Auch seine Theorie der heißen und kalten Medien, mit ihrer Zuordnung von passiver und aktiver Zuschauerbeteiligung, führte zu kontroversen Diskussionen.

**Hall, Stuart (1980): Encoding/Decoding. (128 - 138) in:  
Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew; Willis, Paul (Hg.):  
Culture, Media, Language.  
London: Hutchinson University Library.**

Stuart Hall, einer der bedeutendsten Vertreter der britischen Cultural Studies, entwickelt in seinem berühmten Aufsatz „Encoding/Decoding“ einen der zentralen Ansätze zur Analyse der Medienrezeption. Er geht davon aus, daß Medien Macht haben, da sie Kategorien und Rahmen bereitstellen, in denen Rezipienten die Wirklichkeit wahrnehmen und interpretieren. Der Prozeß der Medienrezeption verläuft für ihn dabei immer aktiv, in Auseinandersetzung mit den Strukturen der medialen Texte. Diese Prämisse verweist bereits auf Halls marxistischen, ideologiekritischen Hintergrund und seine Ablehnung linearer Sender-Empfänger-Modelle. Nach seiner Auffassung ist Verständigung nur dann möglich, wenn die Produzenten und Rezipienten eines medialen Textes kulturelle Konventionen und Codes miteinander teilen. Kulturelle Codes versteht er dabei als untereinander festgelegte Systeme von Wahrscheinlichkeiten oder Regeln, durch die der Rezipient erkennen kann, wie die Botschaft des Produzenten beabsichtigt war. Eine Botschaft wird jedoch nicht nur bei der Encodierung, durch die selektive, kombinatorische und konventionalisierte Repräsentation bestimmter Inhalte erzeugt, sondern auch bei der Decodierung in einem aktiven, interpretativen und sozialen Prozeß geschaffen. Sobald jedoch signifikante soziale oder historische Differenzen zwischen den Produzenten und den Zuschauern vorliegen, wird ein medialer Text durch andere Codes und Konventionen decodiert als mit den bei seiner Encodierung bzw. Produktion verwandten. Daraus folgert Hall, daß Massenkommunikation fast immer durch eine „Interpretationsvariabilität“ gekennzeichnet und deshalb bis zu einem gewissen Grad „polysem“ strukturiert ist. Er unterscheidet dabei drei Lesarten: Die Vorzugslesart (dominant-hegemonic position), die ausgehandelte Lesart (negotiated-corporate position) und die oppositionelle Lesart (oppositional position). Strukturell legen mediale Texte den Rezipienten eine Lesart nahe, die mit den herrschenden kulturellen Vorstellungen übereinstimmt (preferred reading). Das encodierte kulturelle Produkt setzt also den Rahmen, in dem die Decodierung stattfinden kann. „Unless they are wildly aberrant, encoding will have the effect of constructing some of the limits and parameters within which decodings will operate.“ (Hall 1980: 135) Am „Encoding/Decoding“-Modell wurde mehrfach Halls

Ausgangspunkt kritisiert, der von einer prinzipiellen Korrelation zwischen der sozialen Situation der Rezipienten und dem Sinn, den sie aus dem jeweiligen Text schöpfen, ausgeht. Außerdem läßt das Schema keine Unterscheidung zwischen den Inhalten eines kulturellen Textes und den Intentionen der Produzenten zu. Ein weiteres Problem besteht darin, daß das Modell sehr stark hypothetischen Charakter hat, da weitere Lesarten neben den drei genannten denkbar sind. Trotzdem hat Halls Theorie den Weg zu einer neuen Medienwirkungsforschung geebnet, die einem passiven Zuschauer den Rücken kehrte und später John Fiske zu seinem einflußreichen Polysemiekonzept inspirierte.

**Rainer Winter, Roland Eckert (1990): Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlnachbarschaften. Opladen: Leske & Budrich.**

In der Studie „Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung“ Studie werden von Rainer Winter und Roland Eckert die konkurrierenden und konvergierenden Bereiche der Medien in ihrer historischen Entwicklung dargestellt. Von zentralem Interesse sind dabei die Konsequenzen, die sich durch Einführung eines neuen Mediums für die Gesellschaft ergeben und welche Rolle Medien in Prozessen der Globalisierung, Differenzierung und Individualisierung spielen. In neun Kapiteln untersuchen die Autoren Schrift, Druck, Photographie, auditive und visuelle Medien (Telefon, Radio, Kino, Fernsehen, Video) und den vernetzten Computer. Der theoretische Ausgangspunkt dieser kultursoziologischen Untersuchung ist die Ablehnung der traditionellen Wirkungs- und Publikumsforschung und eine Kritik an den Thesen von Marshall McLuhan und Neil Postman. Winter und Eckert zeigen durch ihre Analyse, daß die Entwicklung der modernen Kommunikationssysteme auf der einen Seite zur Ausbildung einer im Alltag verankerten Massenkultur führt, auf der anderen Seite aber eine aktive Spezialisierung der Gesellschaftsmitglieder zu beobachten ist. Die Nutzung von Medien trägt somit zur kulturellen Differenzierung und zur Pluralisierung von Sinn- und Sozialwelten bei. Gleichzeitig bilden sich neue, medial vermittelte Gruppenkulturen, mit sinngebenden und identitätskonstruierenden Angeboten heraus. Die Studie stellt eine der wenigen, zudem noch kurzweilig zu lesenden, kultur- und sozialgeschichtlichen Analysen zur Differenzierung und Entstehung der Medien dar. Darüber hinaus zeichnet sie sich durch eine hohe Verständlichkeit und, trotz ihres relativ frühen Veröffentlichungszeitpunktes (1990), durch eine große Aktualität aus. Wünschenswert wäre jedoch eine erweiterte, theoretisch vertiefte und aktualisierte zweite Auflage.

**Fiske, John (1994): Media Matters. Everyday Culture and Political Change.  
Minneapolis, London: University of Minnesota Press**

Ausgangspunkt von John Fiskes „Media Matters“ sind kontroverse gesellschaftliche Ereignisse, wie der O.J. Simpson Prozeß oder die Rassenunruhen von Los Angeles (1992). Der Kulturkritiker Fiske illustriert an diesen Medienereignissen, wie Individuen und Gruppen in Kämpfe von Rasse, Klasse und Geschlecht verwickelt sind und diese Konflikte verstärkt in den Medien ausgetragen werden. Er sieht diese „media events“ als Orte sozialer Auseinandersetzungen, in denen sich Machtverhältnisse durch Diskurse und Gegendiskurse, Wissen und Gegenwissen verschieben. „All these events were as significant as they were, first, they were *media* events; that is, they were events that were mediated around the nation and the world, and events whose reality lay, in part, in their mediation. They were events characteristic of a postmodern world, for in them there was no clear and obvious distinction between electronic mediation and physical happenings, or between media figures and real people.“ (Fiske 1994: xiv) Die Medien produzieren mit ihrer Berichterstattung Medienereignisse, aber nur wenn Interesse bei der Öffentlichkeit vorhanden ist, wird ein Ereignis wirklich zu einem Medienereignis. Das Fernsehen fungiert dabei als das Medium, durch das diese Strömungen, diese diskursiven Kämpfe vermittelt werden. Es funktioniert wie eine „Übertragungsstation“, die Themen des öffentlichen Interesses erzeugt oder unterdrückt und den Diskursen eine hohe Sichtbarkeit, Energie und eine generelle Orientierung gibt. Nach Fiske muß eine Analyse der Medienkultur deshalb folgenden Kriterien genügen: Sie muß die Prozesse der diskursiven Kämpfe enthüllen, in denen die Diskurse zum unterdrücken, verringern und entkräften benutzt werden, in denen die Diskurse um Aufmerksamkeit und den Zugang zu den Technologien der Sozialzirkulation kämpfen, und in denen die Diskurse versuchen, die Interessen der ihnen zugehörigen Sozialformationen zu fördern und zu verteidigen. „Media Matters“ schafft es in provokativer und brillanter Weise, theoretische Modelle mit gesellschaftlichen Problemen des Geschlechtes, der Rasse und Klasse zu verknüpfen und so, den Leser zu veranlassen, seine Positionen zu Medien, Kultur und Macht zu überprüfen.

**Kellner, Douglas (1995): Media Culture.  
Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern.  
London, New York: Routledge.**

Douglas Kellner versucht, durch die Verbindung von Theorien der Birmingham School und Studien der Kritischen Theorie, eine Weiterentwicklung der Cultural Studies zu erreichen. Anhand populärer Texte wie „Rambo“, „MTV“ oder „Madonna“ zeigt er auf, daß „media

culture“ inzwischen die dominante Form der Kultur geworden ist. In ihr helfen Bilder, Musik und das Spektakel, die Struktur des Alltagslebens zu produzieren, die Freizeit zu dominieren, politische Ansichten und soziales Verhalten zu formen und Material zur Identitätsbildung bereitzustellen. Texte der Medienkultur sind aber niemals nur Vehikel der dominanten Ideologie oder reine und unschuldige Unterhaltung, denn Medien- und Konsumkultur arbeiten Hand in Hand, um Meinungen und Verhaltensweisen zu erzeugen, die konform mit den existierenden Werten, Institutionen, Überzeugungen und Praktiken sind. Jedoch kann sich das Publikum den dominanten Bedeutungen oder Botschaften widersetzen und seine eigene Lesart entwickeln, beziehungsweise eine eigene Aneignung von Medienkultur produzieren. „Consequently, the gaining of critical media literacy is an important resource for individuals and citizens in learning how to cope with this seductive cultural environment. Learning how to read, criticize, and resist media manipulation can help individuals empower themselves in relation to dominant media and culture.“ (Kellner 1995: 2) So kann die Untersuchung der Medienkultur, ihrer Produktion und Rezeption dazu beitragen, die möglichen Effekte, Konturen und Trends innerhalb des allgemeinen soziopolitischen Kontextes zu erklären. Kellner entwickelt dazu eine kritische, multikulturelle, multiperspektivische Methode der Analyse und Kritik, die die Aktivität des Zuschauers nicht überbetont und den kritischen Blick des Lesers schult. Bemerkenswert an seinem Ansatz, der Verbindungen zwischen Sozialtheorie, Kulturkritik und Medienpädagogik herstellt, ist die Möglichkeit zeitgenössische Populärkultur mit ihren Koppelungen zu Politik, wirtschaftlicher Produktion und Alltagsleben beobachtbar zu machen.

**Rainer Winter (1995): Der produktive Zuschauer.  
Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß.  
München: Quintessenz.**

Diese Studie schlägt, angelehnt an Arbeiten der British Cultural Studies, eine Neukonzeption der Mediensoziologie vor. Ausgangspunkt von „Der produktive Zuschauer“ ist die zunehmende Dominanz medialer Kommunikation und das Anwachsen der Herstellung und der Übermittlung symbolischer Formen. Rainer Winter betont die Kreativität der Medienaneignung, die erstens von den Interessen und Motivationen der Zuschauer im Alltag und zweitens von den begleitenden kulturellen und sozialen Kontexten abhängt. Darüber hinaus wird die Konstruktion des Publikums in der Wirkungs- und Publikumsforschung kritisiert, wie sie z.B. im „stimulus response“ – Modell, im „uses and gratifications“ – Ansatz oder in den Theorien der Kulturindustrie vorgenommen wird. In seinem Gegenentwurf bezieht Winter sich auf die postmodernen Kulturtheorien von Jean Baudrillard und Frederic

Jameson und betrachtet die zunehmende Ästhetisierung des Alltags. Die Untersuchung schließt mit der Forderung, Medienforschung als Kulturosoziologie zu betreiben und löst dies mit einer empirischen-qualitativen Analyse der Aneignung von Horrorfilmen bzw. des Fans und seiner Sozialwelt ein. Dieses Buch hat, durch Aufarbeitung der Studien der Birmingham School, als eines der ersten Bücher im deutschsprachigen Raum, ein neues Rezipientenkonzept, entwickelt. Besonders für Studenten zu Beginn des Studiums ist „Der produktive Zuschauer“ interessant, da in anschaulicher und nicht zu theoretischer Weise Einblick in zentrale Theorien der Medienforschung, insbesondere anglo-amerikanischer Positionen, gewährt wird.

**Bourdieu, Pierre (1998): Über das Fernsehen.  
Frankfurt am Main: Suhrkamp.  
Original: Sur la télévision (1996)**

Pierre Bourdieus kritisches Buch „Über das Fernsehen“ und dessen Wirkung stellt eine überarbeitete Transkription zweier Vorträge dar, die 1996 für das französische Fernsehen produziert und am Collège de France aufgezeichnet wurden. Die Thesen des Buches wurden zum Gegenstand einer breit geführten Diskussion, an der sich über Monate - die Zeit in der das Buch in den Bestsellerlisten zu finden war - Prominente der Presse und des Fernsehens beteiligten. Bourdieus Ausgangspunkt läßt sich treffend durch das folgende Zitat zusammenfassen: „Ich bin nämlich der Auffassung, daß das Fernsehen aufgrund der unterschiedlichen Mechanismen, [...], für verschiedene Sphären der kulturellen Produktion, für Kunst, Literatur, Wissenschaft, Philosophie, Recht, eine sehr große Gefahr bedeutet; ich meine sogar, daß es im Gegensatz zu dem, was gerade verantwortungsbewußte Journalisten vermutlich in gutem Glauben denken und sagen, eine nicht weniger große Gefahr für das politische und demokratische Leben darstellt.“ (Bourdieu 1998: 9) Der Autor beschäftigt sich im ersten Aufsatz mit den Mechanismen, den Produktionsbedingungen, der Struktur und den Selektionskriterien des Fernsehens. Er konstatiert eine unsichtbare Kontrolle, die sich einerseits in eine bewußte und unbewußte Form von Selbstzensur und andererseits in eine politische und ökonomische Überwachungsinstanz ausdifferenziert. Fernsehen, als Mittel der symbolischen Gewalt, versucht diese Kontrolle durch sogenannte „Omnibus“-Nachrichten (das sind Meldungen, die allgemein interessieren, nicht konfrontieren, Konsens herstellen und dadurch von anderen relevanteren Informationen ablenken) zu erreichen. Im zweiten Vortrag geht es um den Einfluß des Fernsehens auf die Diskurse von Kultur, Wissenschaft und Kunst. Für Bourdieu sind die Diskurse nur noch der Macht der Einschaltquoten und der ihr dienlichen Themen bzw. dem Druck des Kommerziellen untergeordnet. Der Schwerpunkt

seiner Analyse liegt dabei auf der Untersuchung der Struktur des journalistischen Feldes, mit seinem Bemühen um Homogenisierung und Banalisierung, Konformität und Neutralität, der symbolischen und ökonomischen Dominanz des Fernsehens und der Macht der Journalisten, den Zugang zur Öffentlichkeit zu regulieren. Unzureichend ist bei Bourdieus Analyse vor allem die Verengung auf das Feld des Journalismus, die unverhältnismäßige Generalisierung der Ergebnisse und die mangelnde Differenziertheit der empirischen Beobachtungen. Außerdem hält der Autor an einem überkommenen, dialektischen Kulturrealismus fest und erforscht das Feld des Journalismus aus dem Blickwinkel eines Verfechters „schriftdominierter“ Medien. Trotzdem erweist sich, nicht nur wegen der großen Bedeutung Bourdieus für die Kulturosoziologie, eine Auseinandersetzung als lohnenswert, sei es um die eigene Position kritisch in Frage zu stellen oder um lediglich zentrale Begriffe seiner Theorie (Feld, Kapital, Habitus) kennenzulernen.

**Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien.  
Opladen: Westdeutscher Verlag (2. erw. Auflage)**

Das 1996 in einer zweiten, erweiterten Auflage erschienene Buch über „Die Realität der Massenmedien“ von Niklas Luhmann basiert auf einem Vortrag, den er 1994 an der Nordrhein-Westfälischen Akademie der Wissenschaften hielt. Luhmann bezieht sich hier zum ersten Mal aus systemtheoretischer Perspektive speziell auf die Massenmedien und auf das Problem der Konstruktion der Realität. „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (Luhmann 1996: 9) Die alten und die neuen Massenmedien tragen, durch ihre Mithilfe an der Realitätskonstruktion, zum Erhalt moderner Gesellschaften bei. Die Programmbereiche Nachrichten/Berichte, Werbung und Unterhaltung erschaffen durch ihre expansive, anonyme und unvorhersehbare Verbreitung von Information eine vorübergehende Aktualität. So bilden sich eine öffentliche Gegenwart, ein gemeinsames Gedächtnis und soziale Objekte heraus, auf die sich alle Gesellschaftsmitglieder beziehen können. Außerdem dienen Massenmedien der Selbstbeobachtung des Gesellschaftssystems und der ständigen Erzeugung, Bearbeitung und Interpretation von Irritationen. Diese Irritationen sind nicht problemlos in die bisherige Ordnung integrierbar und verlangen deshalb Aufmerksamkeit und eine sofortige Bearbeitung. Leser, die sich noch nicht so gut mit der, doch oft sehr abstrakten, Systemtheorie auskennen, erhalten durch dieses Buch eine anschauliche und exemplarische Anwendung der Systemtheorie auf die Massenmedien. Außerdem schließt der Versuch Luhmanns, eine Metatheorie der Massenmedien zu schaffen, eine Lücke in einem sonst meist von Einzeluntersuchungen beherrschten Feld. Einschränken muß man die Ergebnisse seiner



Betrachtung, aufgrund der Konzentration der Untersuchung auf die Printmedien und das Fernsehen. „Neue Medien“, wie der Computer, finden keine Beachtung, vielmehr bleibt die Analyse in sehr großen Teilen eine Kritik der Schriftkultur und des Journalismus. Auch läßt Luhmanns Beschreibung des Programmbereiches Unterhaltung und die Einteilung der Medien in drei Kernbereiche eine fehlende Anerkennung der Differenziertheit des Untersuchungsgegenstandes vermuten.

**Krämer, Sybille (1998) (Hg.): Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.**

Über neue Medien, wobei „neu“ hier im Sinne von computervermittelt zu verstehen ist, liegen in mediensoziologischer Perspektive noch relativ wenige Untersuchungen vor; diese Lücke versucht Sybille Krämer, als Herausgeberin des Bandes „Medien, Computer, Realität“, zu schließen. Vor dem Hintergrund geistes- und kulturwissenschaftlicher, insbesondere mediengeschichtlicher, zeichen- und systemtheoretischer, Ansätze untersuchen die Autoren die Rolle der Medien bei der Veränderung von Wahrnehmung, Denken und Kommunikation. Der Schwerpunkt der ursprünglich bei einer Ringvorlesung (WS 1995/96) an der Freien Universität Berlin präsentierten Beiträge liegt dabei auf der Diskussion folgender Fragen: Was ist ein Medium? Was ist das Besondere an der Medialität des Computers? Wie verändert sich durch die binäre, digitale Codierung unser Verständnis von Wirklichkeit? Der erste Aufsatz von Martin Burckhardt beschäftigt sich mit der verbreiteten Auffassung, daß Medien primär der Übertragung von Informationen dienen, erweitert sie aber dahingehend, daß digitale Übertragung erstens eine Entfernung des Raumes bedeutet und zweitens eine Projektion der Wirkung des Mediums auf den Nutzer beinhaltet. Im Anschluß an den operativen Konstruktivismus von Niklas Luhmann versucht Siegfried J. Schmidt eine Bestimmung der Kopplung von Kognition und Kommunikation. Diese strukturelle Kopplung leisten für ihn die Medien durch ihre kulturellen und symbolischen Funktionen. Sybille Krämer versucht, den Medienbegriff durch die Analogie des Mediums als Spur und als Apparat zu fassen. Sie kommt zu der Feststellung, daß digitale Kommunikation eine neue Art der Verständigung gegenüber der mündlichen oder schriftlichen Informationsübermittlung, bedeutet. Hingegen arbeitet Eberhard Lämmert den Aspekt der Materialgebundenheit der unterschiedlichen Formen der Wissensaneignung, speziell im Hinblick auf computervermittelte Kommunikation, heraus. Gegen den Gedanken der Dominanz der Software gegenüber der Hardware und der impliziten These der Tendenz zur zunehmenden Immaterialisierung innerhalb der Gesellschaft argumentiert Friedrich Kittler. Er stellt dar, daß

Hardware bzw. Materie die Struktur und die Grenze der Software und damit der Information bildet. Wolfgang Croy beschreibt den universalen Prozeß der Digitalisierung als Tendenz zur Globalisierung, die letztendlich mit der modernen Struktur und Öffentlichkeit der Nationalstaaten kollidieren muß. Florian Rötzer sieht Medien als Pforten zu virtuellen Welten, in denen die Möglichkeit besteht mit dem gesamten Körper einzutauchen, so daß sich das Verständnis von Körperlichkeit in Richtung einer Schnittstelle zwischen Technik und Erfahrung verändern wird. In seinem Beitrag „>Wirklich<. Bedeutungsvarianten – Modelle – Wirklichkeit und Virtualität.“ versucht Wolfgang Welsch, sechs verschiedene Modelle des Begriffes Wirklichkeit zu definieren, wobei sich als einzige Gemeinsamkeit Wirklichkeit als Kategorie der Kontrastbildung herauskristallisiert. Bernhard Waldenfels hingegen sieht den Computer als Wirklichkeitsexperiment, das den Einfluß der Normalisierung ins Wanken bringt und dadurch die Konstruktionsleistung unserer Erkenntnis zu Tage treten läßt. Für Martin Seel konstruieren Medien nicht Realität, da nicht jede Wirklichkeit, trotz der engen Verbindung von Medialität und Realität, schon eine medial vermittelte Wirklichkeit ist. Medien zeigen sich so als Gegenstück und Horizont medialer Welterschließung. Elena Esposito konzentriert sich in ihrem Beitrag im Anschluß an die Luhmannsche Beobachtertheorie auf die Unterschiede zwischen Realität, Fiktion und Virtualität und zeigt, daß durch die Möglichkeit der Interaktivität das Modell des Computers als Speicher digitaler Kommunikation nicht mehr angemessen ist. Die Anthologie von Krämer bietet eine gute Ergänzung zu den, hier angeführten, eher auf traditionelle elektronische Medien, wie Fernsehen, Kino oder Radio, zentrierten Untersuchungen. Das Buch bietet aber keine Einführung oder eine umfassende und abschließende Darstellung des Themas, sondern will eher Denkanstöße, mittels Rückgriff auf bekannte soziologische und geisteswissenschaftliche Theorien, anbieten. Darüber hinaus geht es in dem Band um eine begriffliche Einordnung und Konkretisierung von Begriffen wie „Medium“, „Realität“, „Virtualität“, die in der aktuellen Diskussion oft eher undifferenziert benutzt werden. Besonders bemerkenswert erscheint mir die Schwerpunktsetzung auf den inzwischen viel diskutierten Aspekt der Veränderung des Verständnisses von Wirklichkeit durch digitale Techniken.