

Informationsgesellschaft : Fragestellung, Perspektiven und Forschungsfelder der Publizistikwissenschaft

Autor(en): **Jarren, Otfried / Bonfadelli, Heinz / Meier, Werner A.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse**

Band (Jahr): **- (1996-1997)**

Heft 2

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-790787>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*

ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Informationsgesellschaft: Fragestellungen, Perspektiven und Forschungsfelder der Publizistikwissenschaft

Im folgenden Beitrag entwerfen Mitarbeiter des Instituts für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich theoretische Perspektiven und forschungsleitende Fragestellungen der Publizistikwissenschaft zur Analyse der Informationsgesellschaft Schweiz.

In der Publizistikwissenschaft werden die Phänomene und Probleme der Informationsgesellschaft sowie die darauf bezogenen **Fragestellungen, theoretischen Perspektiven und Forschungsfelder** auf drei Ebenen thematisiert: Makro-, Meso- und Mikro-Ebene. Die **Makroebene** umfasst Strukturen und Prozesse des Mediensystems und seine Wechselbeziehungen zu anderen Sektoren der Gesellschaft wie Wirtschaft, Politik und Kultur. Die **Mesoebene** bezieht sich auf Organisationen und Institutionen sowohl des Medienbereichs als auch der übrigen gesellschaftlichen Subsysteme. Und auf der **Mikroebene** stehen die einzelnen Menschen in ihren Rollen als BürgerInnen, KonsumentInnen und FreizeiterInnen und ihr Umgang mit der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation im Zentrum.

1. Makro-Ebene: Medien- und Gesellschaftswandel

1.1 „Informationsgesellschaft“ als Gegenstand der Publizistikwissenschaft

1. Von einer Informationsgesellschaft in normativem Sinne wird dann gesprochen, wenn die **zentralen gesellschaftlichen Aktivitäten** darin bestehen sollen, **Informationen als Ware und Ressource** zu produzieren, zu konsumieren, zu verkaufen oder zu kaufen.
2. Von einer Informationsgesellschaft kann dann gesprochen werden, wenn empirisch gezeigt wird, dass die **gesellschaftlichen Arbeiten** mehrheitlich darin bestehen, Informationen zu gewinnen, zu speichern, zu vermitteln, zu verarbeiten und zu nutzen.
3. Die Schaffung von „Informationsgesellschaften“ ist ein in erster Linie nationalstaatlich ausgerichtetes **wirtschaftspolitisches Programm**, das erstmals Ende der sechziger Jahre in Japan auftauchte und heute von vielen Staaten, aber auch von der EU, mit unterschiedlichen Schwerpunkten verfolgt wird.
4. Dieser politisch und modernisierungstheoretisch konstruierte **Gesellschaftsentwurf** kann als spekulativ, zyklisch und hypertechnologisch bezeichnet werden. **Spekulativ**, weil die Informationsgesellschaft eine Konstruktion darstellt, die wenig aussagekräftige empirische Evidenzen aufzuweisen vermag. Der Gesellschaftswandel von der industriellen zur postindustriel-

len und dann zur Informationsgesellschaft wird vor allem durch vielfältige Marketing-Bemühungen des Informations-Industriellen-Komplexes herbeigeredet. **Zyklisch**, weil im Gefolge der Einführung neuer Techniken (Computer, Mikroelektronik, Breitbandnetze, Verkabelung der Haushalte, Digitalisierung, etc.) immer wieder angenommen wird, dass durch technologische Innovationen tiefgreifende gesellschaftliche Veränderungen ausgelöst werden (können). **Hypertechnologisch**, weil zwei reduktionistische Annahmen vorherrschen: der technologische Determinismus und der technologische Imperativ. Behauptet wird, dass der gesellschaftliche Wandel vorwiegend durch diese Innovationen induziert werde, und dass diese eine unaufhaltsame Eigengesetzlichkeit und einen Zwang zur Anpassung entwickeln würden.

5. Da Information, Medien und Kommunikation im Mittelpunkt der Informationsgesellschaft stehen, übt diese Konstruktion eine gewisse Faszination auf die Publizistikwissenschaft aus. Allerdings fand der **Diskurs über die Informationsgesellschaft** schon in der Mitte der 80er Jahre statt. Die politischen Anstrengungen in den 90er Jahren wurden weit weniger reflektiert, da Substanz und Neuigkeitswert aus wissenschaftlicher Sicht gering blieben.
6. Die Publizistikwissenschaft beschäftigt sich vor allem mit den aktuellen und potentiellen, durch Globalisierung und Kommerzialisierung von Medien und Öffentlichkeit massgeblich beeinflussten gesellschaftlichen Wandel. Da Informations-, Medien- und Kommunikationstechnologien **nicht nur gesellschaftliche Probleme zu lösen imstande sind, sondern auch neue schaffen**, die kaum im Kleingedruckten der Hochglanzpapiere erscheinen, beschäftigt sich die Publizistikwissenschaft schwergewichtig mit folgenden **Gefahren und unerwünschten Auswirkungen**:
 - **Wachsende Konzentrationsprozesse** auf nationalen und globalen Medien- und Telekommunikationsmärkten werden durch Konvergenzprozesse (z.B. Steuerung und Industrieentwicklung) akzeleriert und stellen ein lediglich schwach legitimiertes Machtpotential dar;
 - Die zunehmende **Erosion der traditionellen Massenmedien und Öffentlichkeiten** mit ihren gesellschaftlichen Funktionen führen zu Funktionsver-

- schreibungen und -verlusten (z.B. Verlust gesellschaftlicher bzw. politischer „Machtkontrolle“);
- Die durch Deregulierung angestossenen **Kommerzialisierungsschübe** führen zwar zu verstärktem Kostenwettbewerb, aber auch zu einem **mangelhaften Qualitätswettbewerb**. Quantität und Qualität öffentlicher Kommunikation können immer weniger gesteuert bzw. politisch eingefordert werden;
 - Die **Marginalisierung traditioneller Konzepte** wie „Service Public“, „Universal Service“, „Grundversorgung“ erschwert zunehmend die Sicherstellung eines diskriminierungsfreien Zugangs zu alten und neuen Medien und Dienstleistungen, bzw. einer gesellschaftspolitisch definierten „informationellen Grundversorgung“;
 - Die systematische **Deklassierung bestimmter Zielgruppen** (z.B. Kinder und ältere Menschen beim werbefinanzierten Fernsehen) und einkommensschwachen Bevölkerungsschichten (z.B. bei Pay-TV) fördert eine verstärkte gesellschaftliche **Desintegration**.

1.2 Problem- und Forschungsfelder

In der Makro- und Meso-Perspektive sind aus publizistikwissenschaftlicher Sicht folgende Problemfelder von besonderem Interesse:

Entwicklung und Wandel in der öffentlichen Kommunikation

Der möglicherweise abermalige **Strukturwandel der Öffentlichkeit** ist ein zentrales Thema für die Publizistikwissenschaft, aber auch im Hinblick auf die weitere gesellschaftliche Entwicklung ist dieses Thema relevant: Es geht um die Frage, wie sich öffentliche Kommunikation unter den neuen elektronischen Bedingungen entwickelt (Strukturen; Inhalte und Angebote; Qualität von Angeboten; Zugangsmöglichkeiten; Integration – Desintegration u.a.m.). In ordnungspolitischer Hinsicht ist zu fragen, ob es spezifischer Vorkehrungen bedarf, um unter „Viel-Kanal-Bedingungen“, bei denen die Grenzen sowohl auf der Anbieter-, Angebots- wie auch Rezipientenseite immer mehr „verschwimmen“, öffentliche Kommunikation gleichsam erkennbar zu halten und dementsprechend abzusichern („Publizistik-Privileg“).

Das Verhältnis von Massenkommunikation zu individualisierten Formen der (Massenmedien-)Kommunikation bis hin zu Formen der elektronischen Individualkommunikation wird gleichsam neu bestimmt: Welche Auswirkungen hat diese Entwicklung auf Strukturen, Inhalte und Prozesse öffentlicher Kommunikation?

In diesem Forschungsfeld sind **Fallstudien** denkbar, bspw. zum digitalen Rundfunk (für den Bereich der sich differenzierenden Massenkommunikation) und zur Netz-

kommunikation (bspw. für bestimmte Themen, für bestimmte soziale Gruppen, für bestimmte Organisationen).

Vorrangig sind jedoch **kommunikations- und öffentlichkeitstheoretische Aspekte** zu bearbeiten, die durch empirische Fallstudien gleichsam „untermauert“ werden können.

Globalisierungstendenzen in der medialen Kommunikation

Die These von einer weitreichenden **Globalisierung** im Bereich Information / Kommunikation und Massenkommunikation bedarf der theoretischen Klärung und empirischen Prüfung. Dazu kann empirisch ermittelt werden, welche Formen von Massen- und Netzkomunikation überhaupt „globalisierbar“ sind. Ferner sind die in diesen Prozessen zentralen Akteure (bspw. international agierende Medienkonzerne, global tätige Telekommunikationsunternehmen, global agierende soft-ware-Entwickler und -Anbieter, global tätige Werbe- und PR-Agenturen, Inhabern von Programm-/Informationsrechten etc.) zu betrachten: Ihr strategisches Handeln kann für die Beurteilung von den Möglichkeiten und Grenzen der Globalisierung herangezogen werden.

Die **Abschätzung des Globalisierungspotentials** ist auch für den Nationalstaat als Akteur aus regulierungs- und steuerungstheoretischen Aspekten relevant.

Europäische Öffentlichkeit – Schweizerische Öffentlichkeit

Das Zusammenwachsen der europäischen Länder wird wirtschaftlich forciert, doch gibt es anhaltende kulturelle und – vor allem – politische Defizite: Es wird mit Berechtigung auf erhebliche demokratietheoretische Defizite allein innerhalb der EU hingewiesen. Unter Kommunikations- und Medienaspekten ist relevant, abzuklären, unter welchen Bedingungen die Etablierung spezifischer Formen europäischen Öffentlichkeiten möglich sind.

Dabei kann und sollte die **Schweizerische Öffentlichkeit** Berücksichtigung finden. Aufgrund ihrer Besonderheiten (Mehrsprachigkeit, Föderalismus etc.) kann die Schweiz in dieser Hinsicht ein Modell für (EU-)Europa sein. Der Schweiz ist auch deshalb Bedeutung zu schenken, weil im Zuge von Europäisierungsprozessen Auswirkungen auf das schweizerische Mediensystem und auf Kommunikationsweisen zu erwarten sind, die den Nationalstaat Schweiz aufgrund seiner besonderen Struktur möglicherweise vor erhebliche Integrationsprobleme stellen. Andererseits stehen aber auch die (kleineren) EU-Staaten vor vergleichbaren Problemen.

Die Befassung mit diesem Thema ist auch im Hinblick auf mögliche Verhandlungsziele der Schweiz bezogen auf die EU relevant (Service Public; Formen der politischen, sozialen und kulturellen Partizipation).

Entwicklung der Informationsgesellschaft in der Schweiz: Steuerungs- und Regulierungsfragen

In diesem Feld – das traditionell als Feld der Medienpolitik angesehen wird – geht es zum einen darum, durch theoretische Analyse und empirische (Fall-) Studien abzuklären, welche Rolle und Funktion politisch-administrative Akteure auf nationaler, europäischer wie auch globaler Ebene hinsichtlich der Ausgestaltung der herkömmlichen „Medienlandschaft“ (national, europäisch, global) wie auch der Informationsgesellschaft – und einzelner Teilbereiche – haben. Hier geht es um die Entwicklung von Leitideen sowie um die (Über-)Prüfung vorhandener Steuerungs- und Regulierungsziele, -modelle, -formen und auch um eine Prüfung der bislang genutzten Instrumente. Zum anderen geht es um die theoretische und empirische Klärung der Frage, welche neuen Steuerungs- und Regulierungsformen entwickelt und erprobt werden können (u.a. gesellschaftliche Akteure; regulierte Selbstregulierung; Vertretung von Verbraucherbelangen; Formen der professionellen Selbstverantwortung; Formen der betrieblichen Organisation unter dem Aspekt Selbstverantwortung; Relevanz von Öffentlichkeit; Relevanz von Kommunikation; Relevanz von Wissen u.a.m.).

Bezogen auf den Bereich Information / Kommunikation (Massenmedien) besteht hier ein erheblicher – auch theoretischer – Nachholbedarf aufgrund der bislang vorherrschenden nationalstaatlichen und vorrangig politisch-administrativen Praxis (vor allem: Rechtsetzung).

Folgen der Mediatisierung für Organisationen und (Organisations-)Kommunikationsprozesse

Der zunehmende Einfluss der Medien auf die Organisationen und die zunehmende Nutzung von Medien und Netzen in Organisationen ist bereits heute empirisch erkennbar, jedoch erst partiell empirisch-analytisch untersucht. Organisationen des intermediären Systems sind in besonderer Weise von der Mediatisierung betroffen. Deutlich ist, dass Organisationen aller Art, vorrangig aber solche, die im weitesten Sinne dem öffentlichen Sektor zuzuordnen sind (Problem: Legitimation), den Ressourcen Information und Kommunikation mehr Aufmerksamkeit schenken müssen (interner Kommunikation; Kommunikation mit anderen Organisationen; Kommunikation mit diversen „Umwelten“ u.a.m.).

Der Bereich der Organisationskommunikation ist in wissenschaftlicher Hinsicht theoretisch und empirisch bislang nur schwach entwickelt. Es sollten theoretische und empirische Arbeiten vor allem für schweizerische politische Organisationen durchgeführt werden, u.z. bezogen auf Aspekte wie Integration und Verhandlungsfähigkeit.

Datenbank „Informationsgesellschaft Schweiz“

Der Mangel an statistischem Material selbst über den Bereich der herkömmlichen Massenkommunikation in der Schweiz ist evident. Für wissenschaftliche Analysen, aber auch für Beratungs- und Entscheidungszwecke bedarf es einer massiven Anstrengung, um über entsprechende Da-

ten verfügen zu können. Ein „Kompetenzzentrum“ könnte die Aufgabe der zentralen Dokumentation übernehmen.

2. Meso-Ebene: Kommunikator- und Journalismusforschung

2.1 Journalismus als autopoietisches System

Ein Charakteristikum der sogenannten Informationsgesellschaft zeigt sich in der voranschreitenden Entkoppelung der Medien von traditionellen Institutionen wie politischen Parteien, Kirchen, Verbänden etc. Medien handeln nach eigenen Regeln und eigener Sachlogik, das Mediensystem entwickelt sich zu einem innengeleiteten, selbstreferentiellen System (Autopoiesis). Dieser (Emanzipations-) Prozess steigert grundsätzlich die Autonomie des Journalismus und geht einher mit einer stärkeren Orientierung am Publikums- oder Werbemarkt. Selbstreferenz vermindert aber gleichzeitig auch die Möglichkeit, auf Probleme von gesamtgesellschaftlicher Relevanz zu reagieren oder eine gesamtgesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen. Medien konstituieren vorwiegend Teilöffentlichkeiten, die auf bestimmte Publikumsmärkte ausgerichtet sind und forcieren damit eine zunehmende Fragmentierung und Segmentierung des Publikums. Sie ignorieren zunehmend den ihnen zugewiesenen gesellschaftlichen Auftrag der Gemeinwohlorientierung (Integrationsfunktion).

Auf der **Ebene der professionellen Kommunikatoren** (Medienorganisationen, Journalisten als Gruppe, Berufsrollen) hat der Entkoppelungsprozess weitreichende Folgen, zumal er durch die – für die Informationsgesellschaft charakteristischen – fortschreitenden Prozesse der „Kommerzialisierung“ und „Technisierung“ des Journalismus beschleunigt wird. Es ist Aufgabe der publizistikwissenschaftlichen Kommunikatorforschung, den möglichen Chancen und Risiken dieser Trends für die journalistische Produktion nachzugehen.

2.2 Kommerzialisierung

Auf der Ebene der Organisation (Redaktion) kommt – systemtheoretisch gesprochen – der Entkoppelungsprozess des Mediensystems in redaktionellen Entscheidungsprämissen zum Ausdruck, die eine output-orientierte Zweckprogrammierung einer input-orientierten Konditionalprogrammierung (Wenn-Dann-Formel) voranstellen. Informationsbeschaffung, -aufbereitung und -vermittlung erfolgen immer weniger durch medienexterne Kriterien (Orientierung an den Vermittlungswünschen traditioneller Institutionen), sondern die output-orientierte Zweckprogrammierung folgt zunehmend ökonomischen Zielen der Gewinnmaximierung (Orientierung am Markt). Medien sind dann darauf ausgerichtet, vornehmlich nachgefragte Publika als Ware zu produzieren, die an die werbetreibende Wirtschaft gewinnbringend weiterverkauft werden soll. Dem Journalismus droht durch den Trend der Kommerzialisierung die Gefahr, dass ein altes Dominanz-Dependenz-Verhältnis (Abhängigkeit vom politischen System) durch ein neues abgelöst wird, was wiederum zu neuen – noch weitgehend unerforschten – Konflikten führt.

2.3 Technisierung

Gleichzeitig äussert sich der – durch Kommerzialisierung angetriebene – Trend der „Technisierung“ in der Vermehrung, Verdichtung und Beschleunigung von öffentlicher Kommunikation. Selbstdarstellungszwänge öffentlicher Akteure (Public Relations) und technische Innovationen (Digitalisierung) führen auf Systemebene zu einer Überflutung und Überforderung des Journalismus (Aktualitäts- und Exklusivitätsdruck, weniger Zeit für reflektierte Selektion, Recherche und Orientierung, Gefahr der Instrumentalisierung). Zudem verliert der Journalismus durch das Interaktionspotential der neu am Markt konkurrierenden neuen Medien und Informationsanbieter (Internet / Online-Dienste) sein Gatekeeper-Monopol.

2.4 Folgen für die journalistische Produktion

Auf der Ebene der produzierenden Kommunikatoren (Meso-Ebene) führen die Trends der Kommerzialisierung und Technisierung zu folgenden veränderten Bedingungen:

- Die zunehmende Konkurrenz auf dem Medienmarkt und die verstärkte Marktorientierung führen in den Medienunternehmen zur allgegenwärtigen Definationsmacht des Marketings auch in redaktionellen Fragen. Diese unterstellt die Medienschaffenden dem Diktat der Auflagen und Einschaltquoten, bzw. der Interpretation von Marketingspezialisten und damit dem rein ökonomischen Kalkül der Profitmaximierung.
- Die traditionellen Grenzen zwischen Redaktion und Verlag/Unternehmensleitung werden aufgeweicht, die stärkere Beachtung betriebswirtschaftlich relevanter Managementkonzepte sowie zunehmende Outsourcing-Strategien ziehen neue Organisationsformen der journalistischen Produktion nach sich.
- Im Konkurrenzverhältnis zwischen verschiedenen Medienunternehmen dominiert der ökonomische **Kostenwettbewerb** den publizistischen **Qualitätswettbewerb**.
- Ökonomische und technische Entscheidungsprämissen gewinnen in journalistischen Arbeitsorganisationen an Gewicht und drohen den journalistischen Entscheidungsprozess zu determinieren. So kann die „redaktionelle Kybernetisierung“ als Folge der technologischen Rationalisierung in Medienbetrieben beschrieben werden. (Auswirkungen der Anwendung elektronischer Redaktionssysteme)
- Dass technisch-induzierte Veränderungen Auswirkungen auf die journalistische Produktion haben, ist empirisch gut erforscht. Mit Hilfe neuer Technologien (Internet) können sich im deregulierten Markt zudem neue Informationsanbieter direkt am System Journalismus vorbei an ihre Zielgruppen wenden. Inwiefern sich neuste Kommunikationstechnologien und Netzwerke wie z.B. Internet / Online-Dienste auf das journalistische Arbeiten (Bsp. "Instant-Journalism") auswirken, ist vorerst Spekulation.

- Auf der **Rollenebene** kommt es zu einer Konvergenz von ökonomisch, technisch und journalistisch relevanten Rollen: Journalist/innen haben neben journalistischen Kompetenzen auch betriebswirtschaftliche und technische Qualifikationen auszuweisen. Im journalistischen Rollenselbstverständnis zeitigt dies einen Wandel von gemeinwohlorientierten Rollen (Pädagoge, Kritiker etc.) hin zu verkaufsorientierten Dienstleister-Rollen. Im Bereich des Online-Journalismus entstehen neue Berufsbilder, z.B. das des „Informationsbrokers“.
- Zunehmende Konkurrenz, „**Informationsexplosion**“ und die Dominanz ökonomischer Imperative verlangen nach stärkerer Beachtung journalistischer Qualitätssicherung. Neue ganzheitliche Konzepte der Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung auf innerredaktioneller, innerbetrieblicher und institutioneller Ebene sind notwendig. Entsprechende Infrastrukturen und Sicherungsmassnahmen sind nur ungenügend eingerichtet und erforscht. Zu prüfen sind vor allem neue Formen der betrieblichen Organisation unter dem Aspekt der Selbstverantwortung (neue Steuerungsformen).

2.5 Laufende Projekte

- Das IPMZ beteiligt sich im Rahmen des Nationalfondsprojektes „SPP Zukunft Schweiz“ mit der Studie „Zukunft oder Ende des Journalismus in der Schweiz“. Mit Methoden der repräsentativen Befragung, Beobachtung und qualitativen Interviews mit Medienschaffenden werden mögliche Auswirkungen ökonomischer und technologischer Imperative auf die journalistische Produktion identifiziert.
- Studentische Projekte (Lizenziats- und Forschungsarbeiten) beschäftigen sich mit dem Einfluss des Internets auf die journalistischen Produktion (Nutzung, Instant-Journalism), dem neuen Berufsfeld des „Online-Journalismus“, den Auswirkungen von Konzentrationsprozessen und des redaktionellen Marketings / Managements auf das journalistische Arbeiten.
- Ein Dissertationsprojekt klärt die Funktionalität und Praxistauglichkeit neuer Konzepte des Qualitätsmanagement als Instrument der innerbetrieblicher Qualitätsentwicklung und -sicherung ab.

3. Mikro-Ebene: Medienumgang und Medienkompetenz

3.1 Fragestellungen

In der Mikro-Perspektive stehen sowohl der **aktuelle Medienumgang und dessen Wandel** als auch die **Medienkompetenz** des einzelnen Menschen im Zentrum. Im Zusammenhang mit der Einführung des jeweils „neuesten“ Mediums wie z.B. TV, Video, Kabel-TV, Videotex, PC, Internet wurden in der Publizistikwissenschaft immer wieder ähnliche **Fragen** gestellt, wobei in einer ersten Phase **Akzeptanzfragen** im Zentrum stehen (gibt es einen

Markt), die dann durch Fragen nach **Wirkungen** bzw. **Technologiefolgen** abgelöst werden:

- Wer nutzt das „neue“ Medium? Welche Merkmale haben die sog. „**Early Adopters**“?
- Welche **Inhalte** stossen auf Interesse? (Wettbewerb um begrenzte Aufmerksamkeit durch Angebote wie z.B. „Sex / Pornographie“)
- Welche **Motive und Erwartungen** stehen hinter der Nutzung?
- Welche Konsequenzen hat die Nutzung des „neuen“ Mediums auf die bestehenden Medien: **funktionale Reorganisation** und veränderte **Nutzungsmodi**?
- Welche **Effekte** sind zu beobachten in Kontexten wie „Familie“, „Schule“, „Politik“, „Freizeit“ und in Bereichen wie „Information“, „Affekte“, „Verhalten“?

Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen können diese und ähnliche Fragen auch an das „neue“ Medium „Internet“ bzw. an die „**Netzkommunikation**“ gerichtet werden. Zum Teil sind dazu schon Untersuchungen durchgeführt worden (Nutzung des Internets) oder werden z.B. in Form von Dissertationen (Motivationen der Internet-Nutzung) zur Zeit am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) abgeklärt.

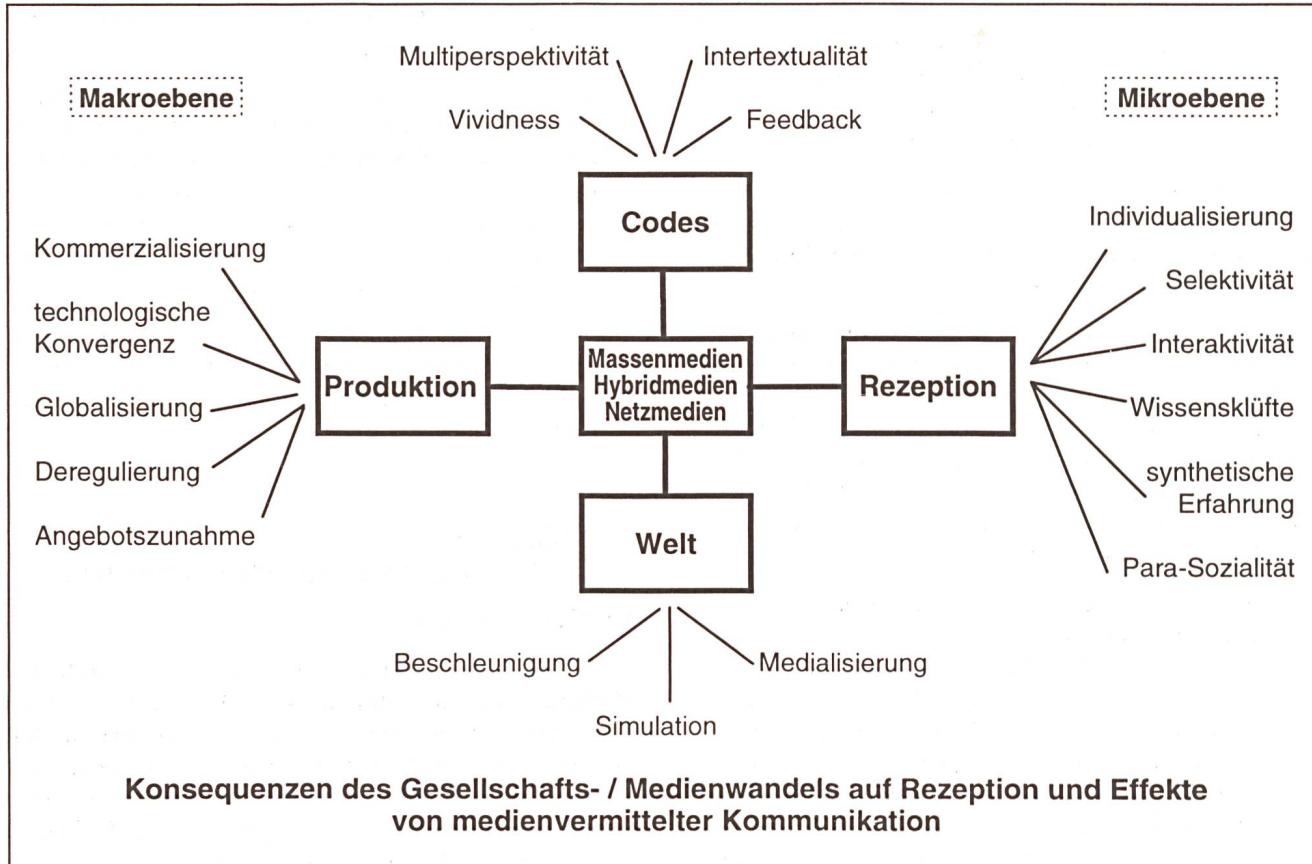
Darüberhinaus wird in der Literatur diskutiert, dass **Netzkommunikation** via „Internet“ Ausdruck eines tiefergehenden Wandels in Richtung Informationsgesellschaft

sei; eine einzelmediale Betrachtung würde demnach zu kurz greifen. Zu untersuchen wären in dieser Perspektive die **Konsequenzen des Medienwandels** in einem weiteren und umfassenden Sinn, wobei als Auslöser verschiedene Aspekte dieses Medien- und Gesellschaftswandels näher zu untersuchen wären:

3.2 Wirkungsrelevante Aspekte des Gesellschafts- und Medienwandels

Wirkungsrelevante Aspekte des Gesellschafts- und Medienwandels können auf verschiedenen Ebenen lokalisiert werden:

- **Produktion von Medienangeboten:** 1) Kommerzialisierung, 2) technologische Konvergenz 3) Globalisierung der Info-Produktion, 4) Angebotszunahme.
- **Welt bzw. gesellschaftliche Realität, auf die Medieninhalte verweisen:** 1) Beschleunigungsdruck z.B. in der Politik aufgrund verstärkter intermedialer Konkurrenz, 2) zunehmende Medialisierung (z.B. Symbolpolitik), 3) Simulation und synthetische Realitäten.
- **Codes als medienspezifische Darstellungsmöglichkeiten von Inhalten:** 1) Vividness (Lebendigkeit) aufgrund von Multimediamöglichkeiten, 2) Multiperspektivität (z.B. von Hypertextstrukturen), 3) Intertextualität als auf sich gegenseitig verweisende Medientexte, 4) neue Interaktions- und Feedbackmöglichkeiten für die Rezipienten.



3.3 Forschungsfelder

Auf der Ebene der Medieneffekte beim Individuum sind folgende Forschungsfelder mit zugeordneten Forschungsfragen relevant:

Individualisierung und Selektivität

Welche Konsequenzen haben die Veränderungen im Informationsangebot wie Kanalvielfalt, Informationsexplosion, Infotainment etc. auf den Umgang des Menschen mit dem Informationsangebot? Verliert der **Journalismus** in den traditionellen Medien (Zeitungen, öffentlich-rechtliches Fernsehen) an Bedeutung? Wie orientieren sich die BürgerInnen im politischen Prozess? Gibt es Tendenzen in Richtung eines generellen **Bedeutungsverlusts der öffentlichen Kommunikation**? Gibt es im Gefolge davon ein Auseinanderdriften von Orientierungen und eine Verstärkung von Partikularinteressen?

Kommunikations- und Wissensklüfte

Welche Gruppen profitieren von den neuen Informationsmöglichkeiten? Finden sich Hinweise bezüglich eines Info-Ausgleichs, oder verstärken sich eher die Unterschiede im **Zugang und Umgang mit Internet** zwischen den status- / bildungshohen und status-/ bildungstiefen Segmenten? Inwiefern wird das neue Info-Angebot der Netz-Kommunikation als individuelle Ressource zur Lebensbewältigung angewendet oder auch nicht? Bei welchen Gruppen äussern sich negative Konsequenzen eines „Information Overload“?

Wie interaktiv ist tatsächlich der Umgang mit der Netz-Kommunikation?

Welcher theoretische, aber auch empirische Gehalt steckt im Konzept „Interaktivität“? Welche interaktiven Elemente, welche Angebote der Netz-Kommunikation werden

genutzt? Und wie? Entstehen dadurch neue Medienkompetenzen? Und wenn ja: Welche?

Synthetische Erfahrung

Medien erweitern unserer Weltwissen durch synthetische Erfahrungen erheblich bei gleichzeitiger Aufhebung der Grenzen zwischen Realität und Fiktionalität. Welche Probleme entstehen, wenn die Illusion der Realitätsnähe immer grösser wird, wenn sich die Grenzen zwischen Medien und Alltagsrealität immer mehr verwischen? Hinterlässt der Umgang mit diesen neuen Medienangeboten Spuren z.B. in der **Identitätsentwicklung** der Heranwachsenden: Hypothese der multiplen-fragmentierten Identitätsentwürfe?

Para- bzw. Pseudosozialität

Inwieweit können durch das Internet tatsächlich soziale Beziehungen stabiler Art entstehen und geknüpft werden? Und: Bei welchen Gruppen zeigen sich umgekehrt Hinweise in Richtung Abnahme interpersonaler Kommunikation und sozialer Isolation? Inwiefern ist dies von Bedeutung für den politischen Bereich? Gibt es tatsächlich Hinweise auf sog. basisdemokratische Effekte des Internets?

4. Fazit

Der mit der Metapher „Globale Informationsgesellschaft“ implizierte technologische, institutionell-organisatorische und gesellschaftliche Transformationsprozess stellt das Mediensystem – Journalismus, Kommunikatoren sowie Rezipienten – vor neue Herausforderungen. Das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) will einen Beitrag zur Analyse der Ursachen und Folgen, der Chancen, aber auch Risiken sowie der Gestaltungsspielräume dieses Medienwandels leisten.