Zeitschrift: Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Band: - (2002)

Heft: 2

Artikel: Traditionelle und computervermittelte Kommunikationsnetze

Autor: Krotz, Friedirch

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-790705

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Friedrich Krotz

Traditionelle und computervermittelte Kommunikationsnetze

Veränderungen sozialer und kultureller Lebensbedingungen

Wir leben in einer Zeit rapiden sozialen und kulturellen Wandels, der das Zusammenleben der Menschen, aber auch unser aller Weltbild und unsere Vorstellungen vom Leben und von uns selbst beeinflusst. Viele Wissenschaften sind heute damit beschäftigt, sich diesen Wandel genauer anzusehen, und es ist wichtig, die einzelnen Felder dieses Wandels empirisch zu beschreiben und theoretisch zu durchdringen und so herauszufinden, welche soziale, kulturelle, ökonomische und Alltagsbedeutung etwa das Internet, Computerspiele oder die Mobiltelephonie haben. Wichtig ist es aber auch, diese vielfältigen und disziplinär ausgerichteten Fragen und Antworten miteinander zu verbinden und zu allgemeineren Theorien des derzeitigen medialen, sozialen und kulturellen Wandels zu kommen. Mit beiden Fragestellungen will sich der vorliegende Text beschäftigen.

1. Menschen als symbolische Wesen und ihr primäres Kommunikationsnetz

Ausgangspunkt des vorliegenden Beitrags ist die These, dass der Mensch als symbolisch vermitteltes Wesen begriffen und charakterisiert werden muss, das sich in einem primären Kommunikationsnetz konstituiert, aufwächst und sich entwickelt, das überhaupt nur in und durch Kommunikationsnetze existiert und das diese umgekehrt durch seine Kommunikation reproduziert und weiterentwickelt.

Um diese Grundannahme zu belegen, kann man sich auf viele Theorien beziehen: auf die von Norbert Elias entwickelte Zivilisations- und Symboltheorie (1972, 1989), auf die Arbeit von Ernst Cassirer (1994) und Susan K. Langer (1991), auf den Symbolischen Interaktionismus, die Cultural Studies, die Semiotik und einer Reihe anderer Theorien (vgl. genauer auch Krotz 2001). Sie alle lassen sich zu der These verdichten, *dass die Welt des Menschen symbolisch vermittelt, bzw. der Mensch Bewohner einer rein symbolischen Welt und damit ein symbolisches Wesen ist.* Mehr noch: *Der Mensch ist Mensch nur dadurch, dass er über Kommunikation, über symbolisch vermittelte Interaktion und über Sprache verfügt.* Durch die Möglichkeit und die Wirklichkeit des Hantierens mit Zeichen und Symbolen auf der Basis von aktiv und kommunikativ erzeugten Bedeutungen und insbesondere durch die Sprache konstituiert er sich als Gattung.

Wichtigstes und in seiner Komplexität und Bedeutung zugleich «menschlichstes» Symbolsystem ist natürlich die Sprache. Sie ist nicht nur Mittel, sondern auch unhintergehbare Bedingung der (gemeinsamen) menschlichen Existenz. Während die Fähigkeit (und die Notwendigkeit), mit Symbolen und mit Sprache zu operieren, den Menschen biologisch mitgegeben und somit *speziesspezifisch* ist, sind die einzelnen Symbolsysteme wie die Sprache *gruppenspezifisch*. Sprache, und allgemeiner jede Kommunikation integriert dementsprechend, aber sie differenziert und separiert zugleich: sie schafft ein Innen der Gemeinschaft und ein Außen des Fremden, das freilich keineswegs automatisch bedrohlich sein muss.

An diese Grundannahmen lassen sich nun einige Überlegungen anschließen, die für das hier verhandelte Thema wichtig sind. Vor allem muss sich jede Theorie, die sich mit Medien und Kommunikation beschäftigen will, mit Zeichen und Symbolen und deren Deutung, aber auch mit den damit verbundenen Alltagspraktiken auseinandersetzen, mit denen Menschen diese Bedeutungen herstellen, modifizieren, übernehmen und reproduzieren. Dies wiederum macht den Menschen als Kulturwesen kenntlich, weil Deutungsmuster und Alltagspraktiken als Potentiale gerade Kultur als Sinnsystem konstituieren (Geertz 1993). Kommunikation und Kultur hängen deshalb zusammen und müssen in Bezug zueinander diskutiert werden.

Für Interaktion und Kommunikation heißt das zunächst, dass es dabei nicht so sehr auf Informationstransport ankommt, sondern auf das vom andern Gemeinte und Bedeutete: Kommunikation mit einem anderen verlangt ein *Einlassen auf diesen anderen*, auf dessen Wirklichkeit und dessen Bedeutungskonstitution, auf die *Perspektive*, in der das Gegenüber handelt und interagiert, und auf den *Standpunkt*, von dem aus er oder sie das tut (vgl. auch Krotz 2001). Das heißt auch, dass die Bedeutungskonstitutionen zweier Mitglieder einer Kultur zusammenhängen, aber situativ und perspektivisch gleichwohl verschieden sind und in ihrer Identität wie ihrer Differenz erst im Kommunikationsprozess erschlossen werden können – nur so ist Verständigung möglich. So schwierig dies ist: *Kommunikationsfähigkeit ist gerade deshalb ein evolutionärer Vorteil*, weil Menschen darüber erfahren können, was andere wahrnehmen und was ihnen selbst nicht unmittelbar zugänglich ist (vgl. hierzu auch Mead 1973, Krotz 2001).

Wenn also – den einzelnen Menschen übergreifend – Kommunikation und Interaktion, Sprache und Denken, (Selbst-)Sozialisation und Aufwachsen, Reproduktion und Erleben der Welt und von uns selbst immer in Bezug auf Sprache und Kommunikation stattfinden, dann ist das konkrete Beziehungsnetz des einzelnen Menschen, in dem vor allem er spricht und kommuniziert, handelt und erlebt, sich freut und leidet, für die Konstitution von Wirklichkeit von zentraler Bedeutung. Aus der Kommunikation in der Mutter-Kind-Dyade erwächst die Kommunikation in der Familie und darüber dann die in den Verwandschafts-, peergroup- und weiteren Netzen. Über diese wird jeder dann Mitglied abstrakterer und allgemeinerer kommunikationsbasierter Zusammenhänge, die allerdings oft, wie Staat oder Kultur, nicht mehr als Produkt eigenen Handelns erlebt werden können. Denn in der modernen Gesellschaft differenzieren sich diese abstrakteren Netze (zum Teil in abnehmender Verbindlichkeit und zum Teil zugleich zunehmender Bedeutsamkeit) in immer weniger überschaubaren Zusammenhängen aus, aber sie bleiben – wie etwa die «Zivilgesellschaft» – als «Akteure» wie auch als Handlungs- und Sinnbezüge und Alltagsressourcen bzw. Alltagszwänge bedeutsam.

Zumindest die alltäglichen und unmittelbaren Kommunikationsnetze, in denen die Menschen immer wieder Wirklichkeit herstellen, kann man sich leicht veranschaulichen. Man nehme beispielsweise ein leeres Blatt Papier, male in die Mitte einen Kreis und trage den eigenen Namen dort ein. Man kann nun auf das Blatt in angemessenen Abständen weitere große und kleine Kreise einzeichnen, die für die zeichnende Person die jetzt im Moment wichtigen anderen Menschen symbolisieren. Weiter kann man die Verbindungen zwischen all diesen Personen mit dicken, dünnen, gestrichelten oder farbigen Linien darstellen, die dann unterschiedliche Beziehungsqualitäten bedeuten. So erhält man, was Jakob L. Moreno, einer der Begründer der sozialpsychologischen Gruppen- wie auch der Rollentheorie sowie einer humanistischen Therapieform, des Psychodrama, vor mehr als einem halben Jahrhundert das «soziale Atom» genannt hat (Moreno 1959, vgl. auch Leutz 1974): Es ist das – in der Perspektive des Augenblicks gezeichnete – Netz der stabilen und bedeutsamen Beziehungen einer Person, in dem ein großer Teil seiner Kommunikation stattfindet. Es trägt den eigentümlichen Namen «soziales Atom», weil es ein Individuum frei von sozialen Relationen nicht gibt: der Mensch ist seine kommunikativen Beziehungen und Mittelpunkt des sozialen Netzes, in dem er lebt (Krotz 2001).

Wichtig sind natürlich nicht so sehr die abstrakten anderen Menschen in diesem Beziehungsnetz, wichtig sind vielmehr *die kommunikativen, die emotionalen und sozialen Beziehungen, die zwischen ihnen bestehen*, und damit die Bedeutungen, die die Menschen füreinander haben. Deshalb braucht man sich nicht auf Beziehungsnetze zwischen Menschen zu beschränken, man kann vielmehr derartige Bedeutungsnetze in Bezug auf alles mögliche andere konstruieren: In Bezug auf Gegenstände, auf persönliche Aufdrucksformen, politische oder religiöse Orientierungen, Hobbies und Lebensstile, in Bezug auf Werte, soziale Normen etc.. Diese Bedeutungsnetze liegen in unserem Alltag dann in komplizierten Figuren übereinander und bilden einen basalen Raum von Ressourcen und Wertigkeiten.

Wenn man derartige, auf einen Menschen bezogene Netze mit der Soziometrie, einem bekanntlich ebenfalls von Moreno (1967) erdachten und in der Sozialpsychologie häufig angewandten Verfahren verbindet, so wird deutlich, dass man sich die Welt des Alltags als kommunikativ konstruiertes, aber auch – etwa in seiner Wertigkeit – sich ständig veränderndes Netz von Kommunikationsnetzen vorstellen kann. In diesen Kommunikationsnetzen sind wir aufgewachsen, in diesen Netzen denken und arbeiten wir, verlieben uns, verbringen unsere Freizeit und auch unser Tod ist im Hinblick auf derartige Netze definierbar. Und die Netze verschiedener Personen, deren Gestalt wir als Figurationen (Elias 1993) analysieren können, überlappen sich natürlich.

Dabei müssen wir im Blick haben, dass aus all diesen sozialen und kulturellen Netzen und damit verbundenen Bedeutungen insgesamt Gesellschaft und Kultur als Handlungs- und Sinnsysteme entstehen: nicht nur aggregativ, sondern auch dadurch, dass einzelne Netze sich auf andere Netze beziehen. Ein Beispiel von Norbert Elias für solche komplexen und zugleich dynamischen Formen ist der Gesellschaftstanz, bei dem sich jeder für sich bewegt und es dennoch unterschiedlich abgestufte, zwingende Gemeinsamkeiten gibt (und die Musik den Takt dazu angibt). Netzstrukturen können also unterschiedlich sein. Sie dürfen nicht als statische Systeme gedacht werden, sondern können prozessual und dynamisch sein. Das gleiche gilt natürlich auch für Netze aus Netzen. Wie das alles genau funktioniert, wissen wir nicht. Es ist auch nicht gesagt, dass alles Soziale sich aus dem individuellen Handeln und den einzelnen, unmittelbar erfahrbaren Netzen herleiten lässt, aber ohne menschliches Handeln existierte es nicht.

2. Mediatisierung als Prozess

Nach diesen Ausführungen ist es nun an der Zeit, auf die Rolle der Medien einzugehen, zumal Kommunikation und Medien voneinander nicht zu trennen sind. Dabei beziehen wir uns aber gerade nicht auf das, was sonst im Mittelpunkt der Medien- und Kommunikationswissenschaft steht, nämlich auf die von Medien transportierten Inhalte (und übrigens auch nicht auf das Informationstransportmodell von Kommunikation (Krotz 2001)). An dieser Stelle interessiert uns vielmehr schlicht die Existenz von Medien, insoweit sie für die Gestaltung von Lebensumständen,

als Ressource für Handeln und Erleben, als Form der Beziehungsgestaltung eine Rolle spielen, einfach weil sie benutzt werden. Wir nehmen damit die von Josua Meyrowitz sogenannte *Mediumstheorie* (1990) auf. Zunächst gilt es aber, die Frage zu klären, was Medien eigentlich sind.

Merkwürdigerweise verfügt die Kommunikationswissenschaft über keinen konsensuellen Medienbegriff, wie der Reader von Pias u.a. (1999) bzw. in die Kommunikationswissenschaft einführende Texte wie etwa der von Bentele und Beck (1994) oder der von McQuail (1994) zeigen. Deshalb verwenden wir hier folgende, am Erkenntnisinteresse der Kommunikationswissenschaft ansetzende Definition: *Die Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich mit der differenzierten menschlichen Kommunikation und dem davon ableitbaren kommunikativen Handeln der Menschen. Ein Medium (als Gegenstand von Kommunikationswissenschaft) ist dann eine technisch umgesetzte, sozial institutionalisierte Transformation kommunikativen Handelns, insofern darüber weitere Kommunikation erzeugt wird und insoweit dabei das komplexe Potential menschlichen Kommunizierens erhalten bleibt.*

Die Kommunikationswissenschaft unterstellt, wie in 1. deutlich gemacht, dass die Komplexität der menschlichen Kommunikation und die grundlegende Bedeutung, die Kommunikation mit anderen für die Organisation von menschlichem Leben und Alltag hat, charakterisierende Besonderheiten der Menschen sind (Krotz 2001). Für diese besondere und eigentümlich Komplexität der menschlichen Kommunikationsformen steht die Komplexität der menschlichen Sprache. Kommunikation ist in der Perspektive der Kommunikationswissenschaft damit die Basis, über die sich Mensch und Gesellschaft, Identität und Kultur herstellen. Wenn man dies akzeptiert, so macht es Sinn, sich bei der Festlegung auf einen Medienbegriff an diesen Grundtatsachen zu orientieren: Medien, wie sie die Kommunikationswissenschaft betrachtet, haben dann etwas mit Technik zu tun, insofern sie Kommunikation transformieren. Sie sind gleichzeitig aber auch über das Handeln der Menschen in Kultur und Gesellschaft eingebettet, also institutionalisiert. Sie bedürfen der Kommunikation und sie ermöglichen und erzeugen Kommunikation. Nur *die* Medien schließlich sind Gegenstand der Kommunikationswissenschaft, die die Komplexität menschlicher Kommunikation auch angemessen transformieren und ausdrücken können – die Autohupe kann man als Kommunikationsmedium begreifen, sie kann aber schon aus technischen Gründen die Komplexität menschlicher Kommunikation nicht ausdrücken und ist deshalb auch zu Recht kein eigenes Thema der Kommunikationswissenschaft.

Medien entstehen also einerseits erst durch die Zulieferung von Kommunikaten und sind damit Produkte von Kommunikation. Medien sind andererseits zugleich Ausgangspunkte von Kommunikation, nämlich in der Perspektive der Rezipienten, zu deren symbolischer Umwelt sie gehören. Und schließlich sind Medien Teil eines kulturell und gesellschaftlich zusammenhängenden, intertextuellen, bedeutungsgenerierenden und handlungsrelevanten Kommunikationssystems, das demokratische Öffentlichkeit umfasst und Teil von Kultur ist. Plakativ auf den Punkt gebracht: *Medien sind einerseits Inszenierungsmaschinen, andererseits zugleich Erlebnisräume, und alle medienvermittelte Kommunikation bildet ein intertextuelles Netz, zu dem auch Öffentlichkeit gehört.*

Medien erweitern, verändern, gestalten, ermöglichen also Kommunikation – zum Beispiel tut dies das Telefon für Menschen an unterschiedlichen Orten, oder das Fernsehen macht es möglich, dass Millionen Haushalte gleichzeitig etwas bestimmtes erleben und dabei wissen, dass auch alle anderen das jetzt tun können. Sie schaffen erweiterte Kommunikationsgelegenheiten, weil sie neue «Gegenüberpersonen» individueller, aggregativer oder sonstiger Art in neuen Kommunikationszusammenhängen anbieten, und zwar in einer je medien- und gesellschaftsspezifischen Weise. Sie gestalten folglich Kommunikation, und dazu inszenieren sie Kommunikate, indem sie sie auf technische und organisatorische Gegebenheiten beziehen. Damit verändern sie Kommunikation zugleich, indem sie sie beispielsweise nur gegen Bezahlung zugänglich, im Radio nur hör- und nicht sichtbar etc. machen, indem sie Inhalte anpassen, erfinden oder unterdrücken.

Wenn man sich technisch-organisatorisch festgelegte Inszenierungsformen ansieht, so kann man systematisch mindestens drei mediatisierte Typen von Kommunikation voneinander unterscheiden, die es ohne je spezifische Medien nicht gibt/gab, und zwar nach der Art des Gegenübers, mit dem man kommuniziert:

- Die mediatisierte *interpersonale Kommunikation mittels Medien* (z.B. per Telefon), in der eine, wenn auch zeitlich oder räumlich verschobene und auseinandergezogene, aber doch von den Beteiligten gemeinsam definierte Situation das Geschehen prägt,
- *Kommunikation mit Medien*, also die Kommunikation mit standardisierten, allgemein adressierten Kommunikaten, die wir beim Fernsehen wie bei den Printmedien Rezeption nennen, und die mehr oder weniger zu Recht Massenkommunikation genannt wird, und
- *Mediatisierte interaktive Kommunikation*, die weder mit Personen stattfindet noch mit standardisierten Vorprodukten, sondern etwa mit «künstlichen Intelligenzen» oder Softwareprogrammen z.B. in Computerspielen oder mit Tamagotchis: die dadurch hergestellten Erlebnisräume haben Eigenschaften, die es vor der Erfindung des Computers nicht gab.

Jeder dieser Typen ist erkennbar eine eigentümliche Modifikation interpersonaler Face-to-face-Kommunikation.

Medien als technische Gegebenheiten und soziale Institutionen verändern also Kommunikation und Erleben der Menschen, und weil die Menschen ihre Welt kommunikativ konstituieren, haben sie für die Gesellschaft eine große Bedeutung: Um Missverständnisse zu vermeiden: nicht die Medien verändern Kommunikation und Gesellschaft, sie bieten aber ein Potential, das die Menschen kommunikativ nutzen, und infolge dessen konstruieren sie ihre Welt und damit sich selbst anders. Dafür benutzt Meyrowitz (1990) den Begriff der Mediumstheorie als: «die historische und interkulturelle Untersuchung der unterschiedlichen kulturellen Umwelten, wie sie verschiedene Kommunikationsmedien schaffen» (1990:46) und deren Konsequenzen; sie versucht, «die Aufmerksamkeit auf die potentiellen Auswirkungen von Medien zu lenken, unabhängig vom jeweiligen Medien-Inhalt.» (1990:47).

Für die zentrale These einer Wirkung der Medien auf die Gesellschaft (die nicht von einzelnen Inhalten abhängt) gibt es empirisch gestützte und plausibel begründete Befunde, die allerdings bisher kaum zum Kernbestand der Kommunikationswissenschaft gezählt wurden: Assmann (1999), Ong (1995) und Goody et al. (1986) haben sich mit der Bedeutung der Schrift für Gesellschaft und Denken beschäftigt, Innis (vgl. Barck 1997, Giessen 2002) hat belegt, wie etwa Papyros als leichtes, transportables Medium zu Gesellschaften passt, die aus militärischen Gründen auf schnellen Transport angewiesen sind, während sich Steintafeln eher für traditional und religiös geprägte Gesellschaften eignen, die ihre Legitimation aus Offenbarungen oder Überlieferungen ziehen. Ong (1995) und Giesecke (1998), McLuhan (1964) und Innis (vgl. Barck 1997) haben die Bedeutung der Druckmaschine herausgearbeitet, Meyrowitz (1990) hat gezeigt, wie die Existenz und Nutzung des Fernsehens Determinanten der Beziehungen der Geschlechter zueinander, das Verhältnis der Menschen zu Autoritäten und das Zugehörigkeitsgefühl zu sozialen Gruppierungen beeinflusst.

Gesellschaften und ebenso spezifische historische Phasen von Kulturen unterscheiden sich also durch die Art der Medien, die in ihnen benutzt werden oder für sie wichtig sind. Das Mediensystem als Gesamtheit ändert sich, insofern neue Medien hinzukommen oder insofern bereits vorhandene Medien weiter entwickelt werden und neue Funktionen übernehmen. Für diesen historischen Prozess soll nun der Begriff der Mediatisierung verwendet werden. *Mediatisierung meint, dass durch das Aufkommen und durch die Etablierung von neuen Medien für bestimmte Zwecke und die gleichzeitige Veränderung der Verwendungszwecke alter Medien sich die gesellschaftliche Kommunikation und deshalb auch die kommunikativ konstruierten Wirklichkeiten, also Kultur und Gesellschaft, Identität und Alltag der Menschen verändern.* Insbesondere beinhaltet Mediatisierung als sozialer Prozess, dass nicht die Medien alleine für Veränderungen von Bedeutung sind, sondern dass es um die Medien in einer spezifischen Gesellschaft und dementsprechend um spezifisch organisierte Medien geht. Sie erlangen für die Gesellschaft durch das Handeln der Menschen Bedeutung, das sich auf sie bezieht. Insofern ist der Prozess der Mediatisierung ein allgemeinerer, auf Kultur und Gesellschaft bezogener Prozess. Gemeint ist dabei aber nicht, dass die Medien diesen Prozess in Gang bringen, sondern dass es die Menschen sind, die ihr Kommunikationsverhalten auf die neuen Medien einstellen und so andere Kommunikationsgewohnheiten kreieren.

Seit der Erfindung der Schrift lassen sich historisch immer wieder *Mediatisierungsschübe* nachweisen, durch die sich die soziale Bedeutung von Zeit und Raum veränderten und die dazu beitrugen, dass sich Orientierungen, soziale Beziehungen und Normen der Menschen, dass sich Machtkonstellationen, Werte, Traditionen und soziale Regeln veränderten und zum Teil verfielen, während andererseits dafür andere Bedingungen von Alltag und Leben entstanden und sich etablierten (vgl. z.B. Cooley 1950, ursprünglich 1909). Das Buch im ausgehenden Mittelalter und die Tageszeitung am Beginn der modernen Demokratie, das Radio als Rundfunk an der Front, der Volksempfänger bei den Nazis oder die Fernbedienung in der Konsumgesellschaft, das Fernsehen als Emotionsmaschine, die digitale Vernetzung durch PC und Internet – sie alle haben mal mehr und mal weniger, mal schneller und mal langsamer Kommunikation und Gespräch der Menschen als Basis sozialer und kultureller Wirklichkeit verändert, weil Gesellschaft und Kultur, Denken, Identität und Alltag vor allem auf Kommunikation beruhen (Krotz 2001).

Die Frage ist deshalb, wie dieser Mediatisierungsprozess sich generell als Prozess auswirkt bzw. wie und in was für einer Wechselwirkung die verschiedenen Mediatisierungsformen zu Alltag und Identität, Kultur und Gesellschaft stehen. Und die Frage ist, welche Form dieser Mediatisierungsprozess heute hat und worin das Besondere der Digitalisierung besteht. Dies ist das Thema des nächsten Abschnitts, und im Gegensatz zu den Entstehungsgeschichten einzelner Medien in der Vergangenheit werden wir diese Besonderheit als die Entstehung eines zweiten, zusammenhängenden medialen Kommunikationsnetzes beschreiben, das sich nicht auf bestimmte Zwecke und Kommunikationsweisen, Alltagsprovinzen und Intentionen beschränkt wie beispielsweise das Fernsehen als ein Freizeitmedium, sondern das alle Bereiche menschlichen Lebens betrifft und überlagert.

3. Die Entstehung eines computervermittelten, allgegenwärtigen und jederzeit erreichbaren Kommunikationsnetzes

Früher telefonierte man meist von der eigenen Wohnung aus, und hier in der Regel in einem speziellen Raum, hatte in einem anderen Raum das Radio stehen und saß im Wohnzimmer im Sessel und sah fern. Die Zeitung las man morgens, abends entspannte man sich auf der Couch vor

der Glotze usw.: Jedes Medium konstituierte bisher einen eigenen, besonderen Erlebnisraum, eröffnete eine eigenständige Sinnprovinz kommunikativen Handelns und hatte so seine eigene Zeit und seinen eigenen Platz im Alltag der Menschen. Heute dagegen beobachten wir auf der Basis der Digitalisierung einen Prozess des Zusammenwachsens aller Medien zu einem universellen Netz, an dem unterschiedliche Endgeräte hängen, über die der Mensch zu Inhalten in spezifischen Formen Zugang hat. In diesem Zusammenwachsen entsteht neben den alltäglichen interpersonalen Beziehungen, die wir sonst haben und die das vor allem räumlich strukturierte primäre Beziehungsnetz ausmachen, ein *zweites kommunikatives Netz, dass sich als Medienumgebung der einzelnen Menschen konstituiert.* Wir müssen diese Entwicklung deswegen als Prozess einer zunehmenden Entgrenzung und Vermischung der vorher vorhandenen Einzelmedien begreifen, die von begrenzten und relativ erwartungsstabilen sozialen Zwecken und Nutzungsweisen entkoppelt werden.

Ein schönes Beispiel dafür ist der unerwartete SMS-Boom – weil man meinte, dass ein Telefon primär zum Telefonieren da sei, hat niemand den Erfolg dieser nicht stimmlichen, sondern verschriftlichten Verwendungsweise von Mobiltelefonen erwartet. *Das heutige Mobiltelefon ist nichts anderes als ein kleiner Computer mit vielen Potenzialen, der aber nicht als Computer, sondern als Telefonapparat und damit als eigentlich vertraute Kommunikationsform vermarktet wird, weil dies vermutlich weniger Kunden abschreckt.*

Dieses zweite, technisch mediatisierte, sozial bestimmte und kulturell wirksame Kommunikationsnetz ermöglicht und erzeugt mehr Kommunikation, aber auch Kommunikation mit andersartigen Gegenüber, und es eröffnet neue Formen von Kommunikation. Diese Vernetzung hat nun mit Sicherheit Konsequenzen für das Zusammenleben der Menschen, mit denen sich die Kommunikationswissenschaft beschäftigen muss. Langfristig entstehen dadurch neue Kommunikationspotentiale, neue Wirklichkeitsvorstellungen, neue Alltagsbedingungen, neue Erlebnisbereiche. Zur Zeit finden wir als *Kern dieser Entwicklung zunächst drei medial definierte neue Erlebnisräume der Menschen* (soweit sie Zugang zu all diesen Kommunikationsmodi haben, was bekanntlich im Weltmaßstab gesehen bisher nur für wenige gilt):

- Erlebnisräume, die als interaktive Kommunikation definiert sind, also Medienangebote, in Bezug auf die Nutzerinnen und Nutzer inhaltliche Unikate herstellen können.
- Der Erlebnisraum Internet, also die globale kommunikative Vernetzung via PC, die unterschiedliche Schnittstellen für die Menschen bereithält.
- Der mobile Erlebnisraum «handy», also die Vernetzung von Menschen und mobilen Objekten durch Handy- und Satellitennetz.

Diese drei Kommunikationspotentiale sind in unserer Wahrnehmung und zum Teil technisch bzw. organisatorisch voneinander getrennt, aber sie konstituieren gemeinsam den neuen Kern des zweiten, digital vermittelten, kommunikativen Netzes, in dem wir uns bewegen und in dem sich unterschiedliche Funktionen ausdifferenzieren. *Es verschränkt sich immer mehr und auf unentwirrbare Weise mit dem Raum alltäglicher, nichtmedialer Kommunikation.* Es entstehen so neue Typen von Beziehungen, aber auch neue alltagspraktische Umgangsweisen mit Raum und Zeit. Zudem verändern sich darüber beispielsweise soziale Situationsdefinitionen, elementare Handlungsweisen, Weltwissen, Denkweisen und Erwartungen, in denen und in bezug auf die wir handeln und kommunizieren.

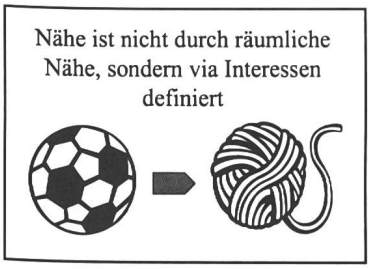
Gleichzeitig wirft dieses zweite Kommunikationsnetz natürlich Probleme auf: es verbraucht Energie, es kostet Geld, es ist kommerziell organisiert und von Werbung infiltriert, es ist im Hinblick auf individuelles kommunikatives Handeln kontrollierbar und unterläuft so gängige Datenschutzbestimmungen. Dieses mediatisierte Kommunikationsnetz bekommt auch immer mehr «Schnittstellen» zum Netz der alltäglichen Kommunikation außerhalb der Medien. Und es besetzt immer mehr soziale Räume – man denke nur an die neu aufkommenden Internet- und Fernsehanschlüsse in Kneipen und U-Bahnen, am Bahnhof und in Schaufenstern, aber auch an Business-TV und School-TV, und vor allem an die Allgegenwart von Handys.

4. Einige Thesen

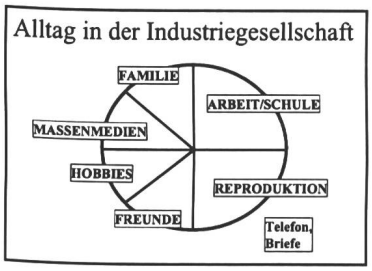
In diesem Abschnitt sollen nun einige mehr detaillierte Thesen entwickelt werden, in denen sich die bisher beschriebene Entwicklung und ihre Bedeutung ausdrückt. Dabei werde ich mich hier auf einige wenige beschränken.

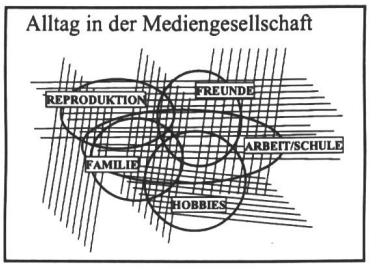
Zunächst müssen *Veränderungen der Beziehungen der Menschen zueinander diagnostiziert* werden. Während man sich die soziale Welt bisher als eine Kugel vorstellen konnte, die aus kleinen Flächen besteht – etwa, wie ein Fußball, der aus Lederflecken zusammengenäht ist – sind soziale und kommunikative Beziehungen in Zukunft weniger von räumlicher Nähe als von aufeinander gerichteten Interessen strukturiert. Wir befinden uns quasi auf einem Wollknäuel, und die Menschen, mit denen wir verbunden sind, sind nicht mehr räumlich in der Nähe, sondern durch Inhalte verbunden, was durch den Wollfaden symbolisiert wird. Natürlich ist das Leben komplexer als ein Wollknäuel: die Welt ist gleichzeitig viele solche Knäuel.

Unser primäres Beziehungsnetz räumlich und vor allem face-to-face organisierter Beziehungen verliert dadurch nicht notwendigerweise an Bedeutung. Es bekommt aber zum Teil andere Funktionen und wird durch neuartige Beziehungen ergänzt, erweitert, modifiziert. Zum zweiten



sind *Veränderungen des Alltags und seiner Struktur zu beobachten bzw. zu erwarten*: Alltage werden vielfältiger, weniger klar gegliedert, es gibt mehr Brüche, und die Medien sind stets und überall präsent. War – bildlich gesehen – der Alltag in der Industriegesellschaft zumindest idealtypisch ein Alltag, der aus klar voneinander abgegrenzten Lebensbereichen bestand, zu denen etwa auch das Zeitung lesen oder das Fernsehen gehörte, so gehen die früher getrennten Lebensbereiche zunehmend ineinander über und überlappen sich, und sie alle sind in zunehmendem Maße mit Medien aller Art durchsetzt. Die folgenden Abbildungen versuchen dies graphisch auszudrücken:





Drittens schließlich lassen sich gravierende *Veränderungen von Sozialisationsbedingungen* beobachten: Aufwachsen ist nicht mehr so gut kontrollierbar durch die Erwachsenen wie in den letzten Jahrhunderten und funktioniert nicht mehr in einem Stufenmodell. Kindheit verändert sich, weil kindliche Erfahrungen nicht mehr aufeinander aufbauen, sogar gar nicht mehr zusammenhängend sein müssen. Kindheit verändert sich aber auch, weil sie sich von einer eigenständigen Phase der Biographie in ihren Ausdrucksformen zu einer überdauernden Lebensform entwickelt.

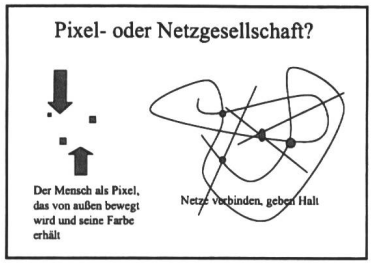
In diesem Zusammenhang lässt sich weiter sagen, dass sich das *Weltwissen* verändert, über das die Menschen verfügen, weil Wissensbestände immer unzusammenhängender werden. Weiter lassen sich Veränderungen mikrosozialer Art erkennen, deren Bedeutung bisher weitgehend unbekannt ist: Grußformeln als eine Art der Kontaktaufnahme zu anderen verlieren etwa im Chat ebenso ihre Bedeutung wie die allmähliche räumliche Annäherung, die einem sozialen face-to-face-Kontakt vorausgeht; das gleiche gilt für die institutionalisierten Formen der Abwendung, die es bisher ermöglicht haben, etwa Motive dieser Abwendung zu erkennen. Obendrein wird die Vorstellung, die man sich vom anderen macht, unsicherer, weil sie auf wenigen unkontrollierbaren Informationen beruht. Ferner ist bekannt, dass sich die Formen kultureller und gesellschaftlicher Integration verändern (vgl. Krotz 2002a). Und schließlich lassen sich Indizien dafür finden, dass sich nicht nur die politischen Verhältnisse durch die digitalen Medien verändern, sondern natürlich auch die Ökonomie und deren Bedeutung für die Menschen. Über Werbung und Sponsoring sind Medien zu bedeutenden Agenten von Märkten avanciert. In der Konsequenz geraten Menschen in eine grössere Abhängigkeit von Märkten und Institutionen. Dadurch verändert sich auch die Konstitution von Sinn, indem etwa Überzeugungen durch Inszenierungen ersetzt werden.

Für frühere Epochen hat Norbert Elias (1972, 1994) gezeigt, dass ein Zusammenhang zwischen Alltagsverhalten und sozialer Organisation besteht und dass auch legitimierte Machtkonstellationen und deren Mechanismen damit zusammenhängen. Und Erving Goffman (1974) hat nachgewiesen, dass nicht weiter bedachte mikrosoziale Bedingungen kommunikativen Handelns große Konsequenzen haben. Insofern liegen hier wichtige Felder zukünftiger Forschung, denn es ist offensichtlich, dass die bisher skizzierten Folgerungen noch keine Theorie ausmachen, sondern nur Anhaltspunkte bieten können. Deshalb natürlich die Schlussfolgerung: Further Research is necessary.

5. Netz- oder Pixelgesellschaft?

Das Problem bei diesen medialen Veränderungen liegt darin, dass diese Entwicklung *weitgehend bewusstlos und hinter dem Rücken der Zivilgesellschaft vor sich geht, die doch eigentlich der Souverän ist, der über die Formen des menschlichen Zusammenlebens zu entscheiden hätte. Es ist einerseits die Technik, die Potentiale entwickelt, und es ist andererseits die Wirtschaft, die die Nutzung mancher dieser Potentiale für ihre Zwecke durchsetzt.* Die Wirtschaft übernimmt die medialen Kommunikationsweisen, die im Alltag der Menschen Platz finden, und funktionalisiert sie für ihre Zwecke – z.B. in Deutschland seit 1984 das Fernsehen, seit einigen Jahren das Internet. Das ist zwar sicher sehr innovativ und schafft vielleicht den einen oder anderen Arbeitsplatz, wird aber auch teuer für den Rest der Menschheit, wie das Beispiel des Fußballs zeigt, und wirft obendrein politische und soziale Probleme auf. Betroffen sind von diesen Entwicklungen die *fundamentalen Formen des menschlichen Zusammenlebens.*

Es geht deshalb um die Frage, ob wir uns in eine *Netzwerkgesellschaft* hinein entwickeln, in der der/die einzelne seine bzw. ihre Wirklichkeit in freiem Bezug auf andere und in Realisierung seiner/ihrer selbst definierten Interessen gestalten kann, oder in eine *Pixelgesellschaft*, in der der/die einzelne von der medial fokussierten Kraft sozialer Felder und ökonomischer Bedarfe wohin auch immer gezwungen wird und sich dort zurechtfinden muss. Eine damit



zusammenhängende Sorge richtet sich auf die kulturelle Vielfalt der Menschen, die eigentlich ebenso wie die Vielfalt der Natur zu den Schätzen der Menschheit gehört. Das heißt nicht, dass zu befürchten ist, dass interkulturelle Kontakte und Kommunikate Kulturen vernichten – Kulturen befruchten sich vielmehr gegenseitig, wenn sie miteinander in friedlichem Kontakt und Austausch stehen. Viel gravierender ist aber die beobachtbare Subsumption zwischenmenschlicher Kommunikation und kultureller Ausdrucksformen unter die Ziele privater Unternehmen – sie werden dort funktionalisiert, umdeutet, reinszeniert, sinnentleert, was in der Menge und auf Dauer eine Art kultureller Entropie bewirken könnte (Krotz 2001b).

Die medialen Entwicklungen sind also Potentiale, die so oder so genutzt werden können. Insofern *leben wir heute in einem gewaltigen Experiment*, in dessen Verlauf die kulturellen Ausdrucksformen der Menschen immer vollständiger kommerziell verwertet werden. Ob wir dessen Ergebnis am Ende noch verändern können, ist fraglich – wenn unsere Kreativität und unsere Ausdrucksformen vermarktet und damit funktionalisiert und diskreditiert sind, bleibt uns nicht einmal die kritische Reflektion.

Prof. Dr. Friedrich Krotz (geboren 1950 in Barcelona/Spanien) ist Diplom-Mathematiker und Diplomsoziologe und lehrt als Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Münster. Seine Forschungsschwerpunkte sind Kommunikationssoziologie und -psychologie, kulturwissenschaftliche Fragen und qualitative Methoden. Dabei stehen insbesondere die neuen Medien sowie interkulturelle Fragestellungen im Vordergrund.
krotz@uni-muenster.de

Literatur

Assmann, Jan (1999): Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. München: Beck.

Barck, Karlheinz (Hrsg.) (1997): Harold A. Innis – Kreuzwege der Kommunikation. Ausgewählte Texte, Wien/New York: Springer.

Bentele, Günter/Beck, Klaus (1994): Information – Kommunikation – Massenkommunikation: Einführung in die Grundbegriffe der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Jarren, Otfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher, S. 16–50.

Cassirer, Ernst (1994): Wesen und Wirkung des Symbolbegriffs, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Cooley, Charles H. (1950): The Significance of Communication, in Berelson, Bernard/Janowitz, Morris (Hrsg.): Reader in Public Opinion and Communication, Glencoe, Illinois, S. 145–153. (Reprinted from Social Organization, 1909).

Elias, Norbert (1972): Über den Prozeß der Zivilisation, 2 Bände, 2. Auflage, Frankfurt am Main. Suhrkamp.

Elias, Norbert (1989): The Symbol Theory: An Introduction. Part One, in: Theory, Culture & Society 6 (1989), S. 169–217. Part Two, in: Theory, Culture & Society 6 (1989), S. 339–383. Part Three, in: Theory, Culture & Society 6 (1989), S. 499–537.

Elias, Norbert (1993): Was ist Soziologie? 7. Auflage, Weinheim/München: Juventus.

Elias, Norbert (1994): Die Gesellschaft der Individuen. 2. Auflage, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Geertz, Clifford (1991): Dichte Beschreibung, 2. Auflage, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Giesecke, Michael (1998): Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel. Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft. 2., durchgesehene Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Giessen, Hans W. (2001): Harold W. Innis: «Kommunikation» als Schlüsselbegriff zum Verständnis der Menschheitsgeschichte? In: Medien & Kommunikationswissenschaft 50, 2, S. 261–273.

Goffman, Erving (1974): Das Individuum im öffentlichen Austausch. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Goody, Jack/Watt, Ian/Gough, Kathleen (1986): Entstehung und Folgen der Schriftkultur. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Krotz, Friedrich (2002a): Die Mediatisierung von Alltag und sozialen Beziehungen und die Formen sozialer Integration. In: Imhof, Kurt/Jarren, Otfried/Blum, Roger (Hrsg.): Integration und Medien. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 184–200.

Krotz, Friedrich (2001b): Die Übernahme öffentlicher und individueller Kommunikation durch die Privatwirtschaft. Über den Zusammenhang zwischen Mediatisierung und Ökonomisierung. In: Karmasin, Matthias/Knoche, Manfred/Winter, Carsten (Hrsg.): Medienwirtschaft und Gesellschaft 1. Münster: LIT, S. 197–217.

Langer, Susanne (1992): Philosophie auf neuem Wege. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst, Frankfurt/Main: Fischer.

Leutz, Grete A. (1974): Psychodrama. Berlin/Heidelberg/New York: Springer.

McLuhan, Marshall (1992 (zuerst 1964)): Die magischen Kanäle. Düsseldorf: ECON.

McQuail, Denis (1994): Mass Communication Theory, Third edition. London u. a.: Sage.

Mead, George Herbert (1973): Geist, Identität und Gesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp

Meyrowitz, Joshua (1990): Die Fernsehgesellschaft, 2 Bd., Weinheim, Basel: Beltz.

Moreno, Jacob L. (1959): Gruppenpsychotherapie und Psychodrama. Stuttgart: Thieme

Moreno, Jacob L. (1967): Die Grundlagen der Soziometrie. 2. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag.

Ong, Walter J. (1995): Orality and Literacy. The Technologizing of the World, London/New York: Routledge.

Pias, Claus/Vogl, Joseph/Engell, Lorenz/Fahle, Oliver/Neitzel, Britta (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die Maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA

Van der Loo, Hans/van Reijen, Willem (1992): Modernisierung. Projekt und Paradox. München: dtv.